

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Liis-Beth Kink

KRUIISITURISMISIHTKOHA ARENDAMINE SAAREMAA NÄITEL

Lõputöö

Juhendaja: Marit Piirman, MBA

Pärnu 2021

Soovitan suunata kaitsmisele

Marit Piirman

(digiallkirjastatud)

Kaitsmisele lubatud

TÜ Pärnu kolledži programmijuht Tiina Viin

(digiallkirjastatud)

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

Liis-Beth Kink

(digiallkirjastatud)

SISUKORD

Sissejuhatus	4
Kruisiturismisihtkoht ja selle arendamine	7
1.1. Kruisiturism ja trendid	7
1.2. Kruisituristid, nende ootused ja mõjutegurid	12
1.3. Kruisisihtkoha arendamine.....	17
2. Kruisiturismisihtkoha arendamine Saaremaal.....	23
2.1. Uuringu aktuaalsus, metoodika, valim ja korraldus	23
2.2. Uuringu tulemuste analüüs.....	26
2.3. Järeldused ja ettepanekud.....	31
Kokkuvõte	36
Viidatud allikad.....	39
LISAD	44
Lisa 1. Portfelli maatriks - kruisipiirkondade strateegia väljatöötamine	44
Lisa 2. Tallinna Sadamale kuuluvad sadamad	45
Lisa 3. Intervjuu küsimused Saaremaa turismiasjalistele	46
Lisa 4. Intervjuu küsimused Eesti kruisiturul tegutsevatele asjalistele.....	47
Summary	48

SISSEJUHATUS

Enne üleilmse COVID-19 pandeemia puhkemist oli viimaste aastate kõige märkimisväärsem kasv kruiisiturismi sektoris. Kogu maailmas oli ookeani kruiisilaevade reisijate arv alates 1990–2020 kasvanud 6,63% aastas. Praeguseks on kasvustrategiad ajendatud suurema mahuga uusehitistest ja laevade mitmekesistamisest, rohkematest kohalikest sadamatest, rohkematest sihtkohtadest ja uutest laeva/kalda toimingutest, mis vastavad tarbijate nõudmistele. (Cruise Market Watch, *n.d.*). Euroopa on Põhja-Ameerika järel suurim kruiisiturism maailmas, kus kruiisiturism on kõige kiiremini kasvav turismisektor. Aastatel 2016–2018 kasvas kruiisireisijate arv Euroopas 6,79 miljonilt 7,17 miljonini, kellest 6,96 miljonit olid Euroopa elanikud. (CBI, *n.d.*). Tallinna Sadam müügitulu oli 2019 aastal 130,5 miljonit eurot, mis on 2018 aastaga võrreldes langenud -0,1 %. Kasum oli 2019 aastal märgatavalt tõusnud 81,8 % ehk 44,4 miljoni euroni. Reisijaid oli kokku 10,64 miljonit, mis on 0,2 % rohkem kui eelneval aastal. Samuti tõusis ka laevakülastuste arv 2,7 % ehk 7855 korrani. (Tallinna Sadam, 2019, lk 8)

Eeloleval aastal (2020) kehtestatud COVID-19 viiruse eriolukorra tõttu pidid paljud kruiisiliinid oma reisirahvast tühistama vastavalt, kas aprilli lõpuni või mai/juuni keskpaigani (Cruise Market Watch, 2020). Saaremaa sadamat, mis kuulub Tallinna Sadamale, külastas Eesti esimene ja seni viimane reisijatega kruiisilaev 28.07.2020. Tegemist oli Tallinki Victoria I laevaga, mis väljus Helsingist ja kandis 1023 reisijat (Tallinna Sadam, 2020). Tänapäevani ei ole olukord maailmas kui ka kruiisiturismis paranenud ning kruiisisektor seisab silmitsi enneolematult ulatuslike väljakutsega. Ülemaailmne kruiisitööstus loob üle 1,7 miljoni töökoha kogu maailmas ning iga peatatud päeva tõttu kaotavad töökoha tuhanded inimesed (CLIA, *n.d.*). Hetkeolukorras on keeruline täpselt ennustada, millal kruiisiliinid uuesti seilama hakkavad ning milliseks kujuneb turismimaastik pärast piirangute kaotamist. *Cruise Lines International Association* ehk Kruiisiliinide rahvusvahelise ühingu (edaspidi kasutatakse lühendit CLIA) liikmed kasutavad hetkel peatatud aega, et keskenduda tulevikuplaanide väljatöötamisele,

täiustatud pardale mineku protseduuridele, pardal oleva rahva tervise ja kanalisatsiooni protokollidele, karantiini korraldamisele ning külaliste ja meeskonna eest hoolitsemisele kaldal (CLIA, *n.d.*). Samuti annab hetkeolukord võimalusi nii sadamatele kui ka sihtkohtadele arendada sealseid teenuseid ning panustada teenuste kvaliteedi tõstmisesse. Isegi kui paljud kruisiliinid on oma reisirahvast tühistanud, siis näiteks CLIA poolt läbi viidud küllastajate uuringust, mis hõlmas kaheksat riiki ning igast riigist 500 puhkajat, tuleb välja, et 75 % kruisireisijatest soovib endiselt kruisida. (CLIA, 2020)

Käesolev lõputöö keskendub kruisiturismi teoreetilistele käsitlustele ning kruisiturismisihtkoha arendamisvõimalustele Saaremaa näitel. Teemavalikut ajendas tegema veel hiljuti üha enam kasvava turismivormi arendamine ning seda just Saaremaa näitel. Saaremaa sadama arendamine on küll kaasatud valla arengukavasse, kuid puuduvad uuringud, mis käsitleksid erinevaid võimalusi ning turismiasjaliste suhtumist sealse kruisiturismi arendamisse (Saaremaa vallavolikogu, 2018). Sellest tulenevalt on lõputöö eesmärgiks anda ülevaade kruisiturismi arendamisest Saaremaal ning seejärel teha ettepanekuid AS Tallinna Sadamale ning erinevatele turismiasjalistele, kuidas arendada Saaremaast küllastajatele atraktiivne kruisiturismisihtkoht.

Saaremaal on väga palju erinevaid ressursse – puhas loodus, matkarajad, rahvakultuur jpm, millega meelitada kohale potentsiaalseid kruisituriste. Põhjused, miks Saaremaad külastab aastas vaid paar kruisilaeva, võivad olla seotud tööjõupuudusega Saaremaa turismisektoris ning vähese turundusega välisturu suunas, mis tuuakse välja ka Saaremaa valla arengukavas 2019–2020 (Saaremaa vallavolikogu, 2018). Varem on sarnane uuring läbi viidud Pärnu kontekstis (Pärn, 2016), kuid Saaremaa puhul taoline uuring puudub.

Lõputöö uurimisküsimusteks on: kuidas suhtuvad turismiasjalised kruisiturismi saarel ning millised tegevused on vajalikud antud turismivormi arendamiseks?

Lähtuvalt lõputöös püstitatud uurimisküsimustest on autor seadnud järgnevad uurimisülesanded:

- tutvuda erinevate kruisiturismisihtkohtade arendamisega seotud teoreetiliste materjalidega ning analüüsida neid;
- koostada teooria põhjal intervjuu küsimused;
- viia läbi intervjuud erinevate Eesti kruisiturismi arendajate ja turismiasjalistega

- analüüsida uuringu käigus saadud tulemusi;
- tulemuste põhjal esitada ettepanekuid nii kruisiturul tegutsevatele kui ka Saaremaa kohalikele turismiasjalistele, kuidas arendada Saaremaad kui kruisiturismi sihtkohta.

Lõputöö koosneb kahest peatükist. Esimene peatükk kajastab informatsiooni varasematest uuringutest seoses kruisiturismi, trendide, kruisituristide ning sihtkoha arendamisega. Kirjandusülevaate koostamisel kasutatakse peamiselt ingliskeelseid teadusartikleid, mis kajastavad erinevaid trende, turistide käitumist, majandust, keskkonda ning ettevõtlust kruisiturismisektoris. Peamised autorid, kelle uuringuid ning artikleid kajastatakse on näiteks Papathanassis, Castilla-Manzano, Charnykh. Lisaks kirjeldab autor välismaa statistikaametite läbi viidud uuringuid ning nende tulemusi seoses kruisiturismiga.

Teises peatükis kasutab autor Saaremaa kruisiturismi analüüsimiseks erinevaid artikleid ning varem läbi viidud uuringuid. Lisaks kajastab peatükk autori poolt läbi viidud uuringut ja selle analüüsi seoses kruisiturismi arendamisega Saaremaal ning järeldusi ja ettepanekuid, toetudes käsitletud materjalidele ning autori poolt läbi viidud uuringule.

KRUIISITURISMISIHTKOHT JA SELLE ARENDAMINE

1.1. Kruiisiturism ja trendid

Järgnevas alapeatükis antakse ülevaade kruiisiturismi teoreetilistest käsitlustest maailmas ja erinevatest kruiisi liikidest ning -liinidest. Samuti tuuakse välja ka viimase aja trendid ja suundumused.

Kruiis on üks reisijateveo sektoritest maailmas. Collins inglise keele sõnaraamat (2018) määratleb kruiisi kui merereisi lõbusõiduliinis, mille vältel külastatakse tavaliselt mitut sadamat. (Lau & Yip, 2020, lk 1). Kruiisi kirjeldatakse kui mistahes piletihinda, mis tasub pardal vaba aja veetmise eest. Selle põhieesmärk on külaliste majutamine, mitte kaubavedu ning üldiselt koosneb kruiis mitme sihtkoha külastusest, mitte ühest kindlast marsruudist. (Wild & Dearing, 2000, lk 319–320). Enne üleilmse COVID-19 pandeemia puhkemist oli kruiisiturism üks kiiremini kasvavaid turismisegmente. Kruiisilaev esindab turismisektori kõiki nelja aspekti: transport, majutus (sh toit ja joogid), vaatamisväärsused ja reisikorraldajad. Kruiisilaevad on peamised maismaakuurortide otsesed konkurendid. (Brida & Zapata-Aguirre, 2017, lk 8). Megalaevad, mis veavad üle 6000 reisija ja meeskonna ning sisaldavad kaubanduskeskusi, mitmeid restorane, teatrit ja erinevaid sportimisvõimalusi, võivad panna juhusliku vaatleja ekslikult teisendama “kruiisiturismi” mõistega “ulpivad kuurordid”. Vaatamata „ulpiva kuurordi” domineerimisele, toimub kruiisipuhkus enamasti maal. Iga korraldatud kruiis põhineb väärtusahelal, mis hõlmab sadamaid/sihtkohti, transpordiettevõtteid, sihtkohtade haldamise ettevõtteid ja laevade tellijaid/toitlustamisteenuse tarnijaid. Kruiisipaketid hõlmavad tavaliselt transporti sisenemis-/suubumissadamatesse või sadamates ja mitmesuguseid ekskursioonipakette külastussadamates. (Papathanassis, 2017, lk 104)

CLIA puhul on tegemist maailma suurima kruiisifirmade ühendusega, kuhu kuulub üle 50 kruiisiliini, üle 340 koostööpartneri, 15 000 ülemaailmset reisibürood ja 25 000 reisibüroo liiget. Organisatsiooni eesmärgiks on toetada poliitikat ja tavaid, mis

edendavad turvalist, tervislikku ja jätkusuutlikku kruiisilaevade keskkonda ning on pühendunud kruiisielamuste tutvustamisele. Aastas teenindasid CLIA kruiisiliinid enam kui 24 miljonit reisijat. (CLIA, 2019)

Hetkel on olemas 67 erinevat kruiisisadamate liitu, nagu näiteks Ameerika Sadamavaldajate Liit, MedCruise, Atlantic Alliance ja Cruise Baltic (CSP, *n.d.*). Nende roll on peamiselt keskendunud oma piirkonna reklaamimisele ja veebisisu loomisele, toimides samal ajal sadamaasutuste vahelise suhtlusvormina (Papathanassis, 2017, lk 110). Cruise Market Watch (*n.d.*) andmete järgi pidi 2018–2020 aastatel võrku tulema veel 37 uut kruiisilaeva. Ainuüksi need laevad lisanuks 2020. aastaks ookeani kruiisisektorile kumulatiivselt 11,7 miljardit dollarit aastas.

Cruise Planners (viidatud Charnykh, 2015, lk 28–29 vahendusel) jagab kruiisiliinid vastavalt kriteeriumidele neljaks rühmaks (hõlmates mitte ainult hinda ja kvaliteeti, vaid ka pardal kasutatavat elustiili ja üldist puhkusekogemust) ning segmenteerivad reisijaid tootepõhiselt. Need rühmad on: esimene klass, premium, luksusklass ja spetsiaalsed kruiisiliinid. Kruiisiturismi vaatlejad klassifitseerivad laevu veel mitmel viisil, näiteks laeva reisijate arvu järgi, toidu, joogi ja majutuse kvaliteet, üldine kruiisi kogemus. Ehkki ühtset standardit ei eksisteeri, on siiski oluline analüüsida klassifikatsioonide ja kvaliteedistandardite kehtestamiseks tehtavat tööd. (Najafipour, Marzi & Foroozanfar, 2014, lk 219)

Kruiisiliine klasifitseeritakse mitmel viisil. Charnykh (2015, lk 28–29) jaotab kruiisiliinid esimese klassi, premium klassi, luksuslikeks ja spetsiaalseteks kruiisiliinideks:

- Esimese klassi kruiisiliinid – iseloomulikud suured laevad, kuid väikesed kajutid, kestusega üks nädal ja lühemad reisirid, peresõbralikumad ja tegevusele orienteeritud.
- Premium kruiisiliinid – iseloomulikud keskmise suurusega laevad ja suured kajutid, ühe nädala pikkused ja pikemad reisirid, sageli enamasti täiskasvanutele mõeldud, lõõgastusele orienteeritud.
- Luksuslikud kruiisiliinid – iseloomulikud väikesed laevad ning väga suured kajutid ja sviidid, lõõgastusele orienteeritud pikad 10 ja enama päeva pikkused reisirid ei ole tavaliselt peresõbralikud.

- Spetsiaalsed kruisiliinid – iseloomulikud väga väikesed laevad, vähesed spordi- ja meelelahutusvõimalused, tavaliselt pole peresõbralikud, seikluskesksed ja väga suured kajutid/sviidid, lõõgastusele orienteeritud, pikad 10 ja enamapäevased reisirid.

Vastavalt *Kenniscentrum Toerisme* andmetele võib kruisiturism koosneda mitmesugustest erineva kestuse ja sihtkohtadega kruisitüüpidest (CBI; *n.d*):

- Ekspeditsioonikruisid: spetsiaalsed, tavaliselt kättesaamatud kohad. Ekspeditsioonikruiside sihtühm on enamasti uudishimulikud, kõrgelt haritud, loodusele keskendunud ja seiklushimulised inimesed. Laevad on sageli väikesed või keskmise suurusega ning piiratud sügavusega, et pääseda kaugematesse kohtadesse.
- Jõekruisid: jõekruisituristid veedavad pardal mitu ööd. Laevad on jõekallaste läheduses navigeerimiseks mõistlikult väikesed. Jõekruisiettevõtted keskenduvad peamiselt paaridele ja vallalistele.
- Merekruisid: merereisid läbivad suuri vahemaid, seilates maailma meredel ja ookeanidel. Laevad on suured, hõlmates mitmesuguseid võimalusi ja teenuseid, mis sobivad erinevatele sihtühmadele. Laevade suuruse tõttu vajavad neid laevu vastu võtavad sadamad piisavaid rajatisi.
- Teemakruisid on kruisid, mis järgivad kogu teekonna vältel kindlat teemat, näiteks veinikruisid, golfikruisid, kokanduskruisid, aktiivsed jalgrattamatkad, muusika- ja kuulsuste kruisid.
- Minikruisid on regulaarsed kruisid, mis kestavad märkimisväärselt lühemalt. Minikruisid algavad kodu lähedal, on odavamad ja laevad väiksemad.
- Maailma kruisid on kruisid, mille eesmärk on reisida pingevalt ümber maailma. Laevad sisaldava kõiki võimalusi, mida inimesel on vaja, kuid hinnad on üsna kõrged. Väljumised Euroopast on tavaliselt kavandatud jaanuaris ja reisirid kestavad üldiselt 60–100 päeva, peatudes 30–60 sadamas.
- Transiidikruisid: Seda tüüpi kruisi korral toimib sihtkoht vahemaandumisena. Sihtkoht võtab reisirid vastu varahommikul või pärastlõunal, et nad saaksid seda avastada. Transiidikruiside kestus on üks kuni paar päeva. Pärast ühe sihtkoha külastamist liigub laev järgmisse.
- Ristluskruisid on kruisid, mis algavad ja naasevad samasse sihtkohta. Kruisilaevad silduvad sadamates reisirite peale- ja mahaminekuks. Reisirite jaoks ei pruugi need

sadamad olla nende soovitud sihtkoht, kuid mõnikord kasutavad nad seda võimalust turismireisiks.

Viimase kümnendi trend “mega-kruisilaevad” on kruisireisijate kogemusi rikastanud. Erinevalt vähestest megakruisidest, mis on otsustanud jätkata luksusklassi stiilis, näiteks *Cunard*, lähenevad enamik kruisiliine kiiresti Las Vegase kuurortide stiilis turismimudelile. Üheks peamiseks traditsiooniliseks teguriks, mis Las Vegasel ja kruisidel on ühist, on kasiino. Kuid peale selle kopeeritakse Las Vegaselt mitte ainult konkreetseid elemente, vaid ka strateegiat ja partnerlust. Las Vegase ja kruisilaeva puhul eristuvad järgmised ühised aspektid (Castillo-Manzano, *et al*, 2018, lk 139):

- meelelahutusasutused ja tegevused on keerukamad ja suurejoonelisemad;
- toitlustamisteenuste ning ostuvalikute suurem mitmekesisus ja kvaliteet;
- mitteametlik riietuskood, mis loobub klassikalistest pidulikest öödest kruisidel;
- keeruline, dünaamiline juhtimine nii hindade osas kui ka reisijatelt monopoolse rendi saamisel.

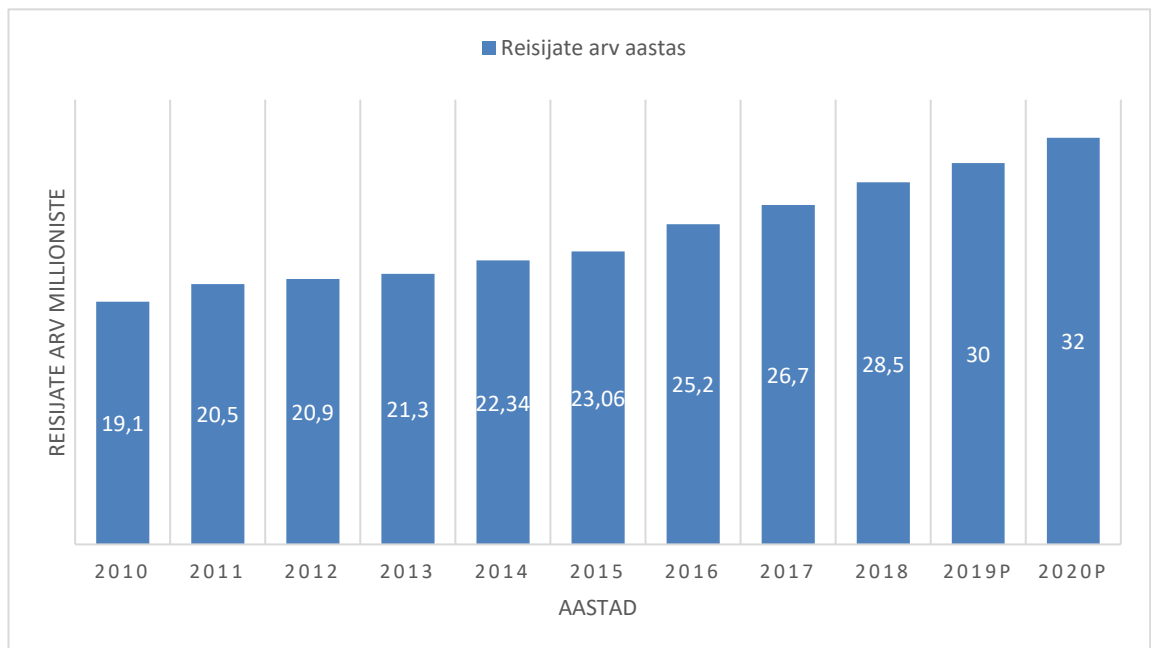
Pidevalt muutuvad kliendi maitse ja eelistused kutsuvad esile uusi suundumusi, mis ilmnevad nii kruisilaevadel kui ka teistel turismisektoritel. Kruisisektoris võib välja tuua vähemalt kolm trendi, mis on praeguseks juba realiseerunud. Esimene neist puudutab kruisilaevade suurust. Puhkusereiside algusest saati olid paljud laevaliinid “suurima laeva” tiitli eest võitlemas. (Charnykh, 2015, lk 6). Uuenduslikud tehnoloogiad ja suured ressursid olid pühendatud avaramate laevade loomiseks, suurendades pidevalt mugavuste ja meelelahutusvõimaluste arvu, muutes laevad n.ö ujuvateks hotellideks (Beth, 2014). Sellegipoolest on kontseptsiooni populaarsus viimasel ajal vähenenud, kuna kruisilaevade reisijad otsivad rohkem privaatsust ning uusi erinevaid kogemusi ja meelelahutust. Võimalik, et selline prioriteetide muutus mõjutab teatud määral ka nõudlust jõekruiside järele. (viidatud Cruise Critics, 2014, vahendusel). Teine trend puudutab laevade omadusi ja võimalusi. Kruisilaevade ja -liinide kaks hindamiskriteeriumi – söögikohtade kvaliteet ja originaalsus ning tehnilise varustuse kättesaadavus – on muutunud väga oluliseks laeva peal (Beth, 2014). Kolmas suundumus tuleneb enamasti välisest mõjust. Tiheda konkurentsiga keskkond globaliseerumise taustal paneb eri valdkondade ettevõtteid võtma suuremat sotsiaalset vastutust ning olema teadlikum keskkonna ja vaimse heaolu teemadest. (Charnykh, 2015, lk 7)

Cruise Critics on välja toonud kümme 2020 aasta trendi. Autor toob nendest välja kolm trendi, mis on enim antud lõputöö teemaga seotud (Cruise Critic, 2020):

1. Kruiisiliinid teevad keskkonnamõju vähendamiseks edusamme: globaalne soojenemine on aktuaalne teema ja teadlikkus turismi mõjust kohalikele kogukondadele ja planeedile tervikuna aina suureneb. Sellest tulenevalt tegutsevad kruiisilaevad keskkonnamõjude vähendamise eesmärgil ning kavatsevad neid jõupingutusi laiendada aastani 2020 ja kaugemale. Näiteks plastist keeldumine, veeldatud naftagaasil töötavad laevad, puhastustehnoloogiate kasutamine heitmete vähendamiseks.
2. Erasaared ja rannad: erasaared on alati olnud kruiisimise üheks tunnuseks ja eesmärgiks. Kruiisiliinid soovivad pakkuda midagi uut ja tulemuseks on keskendumine eraranna kogemuse laiendamisele ja täiendamisele. Carnival on teatanud Half Moon Cay laiendamise plaanidest ja muuli ehitamisest. Norwegian tutvustas äsja Great Stirrup Cay ookeaniäärset laguunipiirkonda, millel on erarand, luksuslikud villad, spaa ning uus restoran ja baarid. Lisaks randade täiustamisele ja lisamisele viibivad kruiisilaevad nendel saartel kauem. CocoCay, Ocean Cay ja Bimini rannaklubi pakuvad õhtuseid lõbustusi nagu näiteks elav muusika, rannalõkked, tähetäht, valgusetendused ja isegi ilutulestik.
3. Kruiisiliinid muutuvad ületurismihirmude valguses loovaks: ületurism (*overtourism*) on uus reisisõna ja kruiisiliinid otsivad loovaid viise, kuidas oma reisijaid hajutada ja pakkuda paremat kogemust populaarsetes sadamates ja huvitavaid uusi sihtkohti sagedaste reisijate jaoks. Näiteks Norwegian ehitab Icy väina punkti uue doki ja sadam lisab uue gondlisõidu, et muuta see vähem külastatud sihtkoht elujõuliseks alternatiiviks Alaska traditsioonilistele marsruudipeatustele. Mitmed kruiisiliinid pikendavad oma hooaega sellistes sihtkohtades nagu Alaska, Läänemeri ja Vahemeri, et pakkuda rohkem laevasõite ja loodetavasti kuude jooksul ristlejaid laiali jagada.

CLIA poolt välja antud “Kruiisitööstuse väljavaade 2020” raportis on välja toodud erinevad uuringud, analüüsid ja kruiisitööstust edasi arendavad suundumused, eelseisval aastal ja edaspidi. Suundumustena toob CLIA oma raportis välja, et aastal 2020 on oodata 32 miljonit kruiisireisijat (vt joonis 3.). Kõige enam on reisijaid Põhja-Ameerikast (14 240 000), Lääne-Euroopast (6 731 000) ja Aasiast (4 240 000). Puhkuse uuringute põhjal 9 riigis – 2019. aasta suvel on välja toodud, et 82% ristlejatest broneerivad oma

järgmiseks puhkuseks kruiisi (CLIA, 2019). Eriolukorrast (COVID–19) tulenevalt, eelmainitud prognoosid kindlasti ei täitunud.



Joonis 3. Kruiisireisijad kogu maailmas (miljonites). Allikas: CLIA, 2019

Kruiis on üks reisijateveo sektoritest maailmas, mille põhieesmärk on külaliste majutamine mitte kaubavedu ning üldiselt koosneb kruiis erinevate sihtkohtade külastusest, mitte ühest kindlast marsruudist. Enne Covid-19 pandeemia tulekut oli kruiisiturism pidevas kasvus. Aastatega oli nii kruiisituristide kui ka kruiisilaevade arvukus tõusnud. Viimastel aastatel oli see kasvuprotsent kõige märkimisväärsim, kuna üha enam pöörati rõhku turvalisuse edendamisele ning jätkusuutlikkusele, mis aitas edendada kruiisilaevade võimalusi ning muutis kruiisid ka reisijatele atraktiivsemaks. Kuna pidevalt muutuvad kliendi eelistused ja maitse, siis see on toonud esile mitmeid suundumusi ja trende kruiisiturismi maastikul. Näiteks ollakse rohkem teadlikumad jätkusuutlikkusest, väga oluline on erinevate teenuste kättesaadavus ja mitmekesisus ning väärtustakse privaatsemaid piirkondi.

1.2. Kruiisituristid, nende ootused ja mõjutegurid

Eelnevas alapeatükis käsitleti teemasid seoses kruiisiturismi ning trendidega. Järgnevas alapeatükis antakse ülevaade kruiisituristi olemusest. Samuti uuritakse lähemalt, millised

on nende eelistused kruiisi valimisel ning millised tegurid mõjutavad kruiisituristi sihtkohta taaskülastama või soovitama.

Sageli viidatakse kruiisireisijatele kui ühele turistide segmendile, kes sihtkohta jõuavad: neil on palju ühist, kuid nad erinevad teistest turistidest. Tüüpiline kruiisilaevade külastaja jääb sihtkohta palju vähemaks ajaks kui lennukiga saabuv külastaja. Piiratud või kavandatud kokkupuude sihtkohaga ja struktureeritud marsruut võivad tekitada erinevusi reisikogemuse tajumisel ja teatud määral selle kontrollimisel. (Charnykh, 2015, lk 30). Kruiisituristide motivatsioon reisimiseks on teistest klienditüüpidest erinev, kuid esmakordsel sihtkoha külastusel võib positiivse külastuskogemuse saamine olla motivatsiooniks ja põhjuseks sihtkohta uuesti külastada. (Ozturk & Gogtas, 2016, lk 195-196)

Associated Icelandic Ports (2015) uuringu väitel ei vaja kruiisituristid sihtkohtades asuvates sadamates majutust, kuna veedavad kaldal väga vähe aega, alla 12 tunni. Võib öelda, et kruiisireisijate segmenteerimine on NTO-de (*The National Tourism Organisation*) ja turiste teenindavate kohalike ettevõtete jaoks teistest turistidest lihtsam. Üheks põhjuseks on asjaolu, et riiki saabuvate kruiisilaevade ja saabujate arv on teada juba ammu. Igal kruiisiliinil on oma sihtturg, mis on määratletud mitme kriteeriumi alusel (rahvus, sotsiaalne staatus, peretsükli etapp, elustiil, eelistused). Sihtturgu määratletakse veelgi kitsamalt iga kruiisilaeva tasemel ning seetõttu hoolikalt saabuval kruiisilaevu ja nende omanikfirmasid uurides võib juba varakult eeldada, millised on saabuval reisijad. (Charnykh, 2015, lk 30)

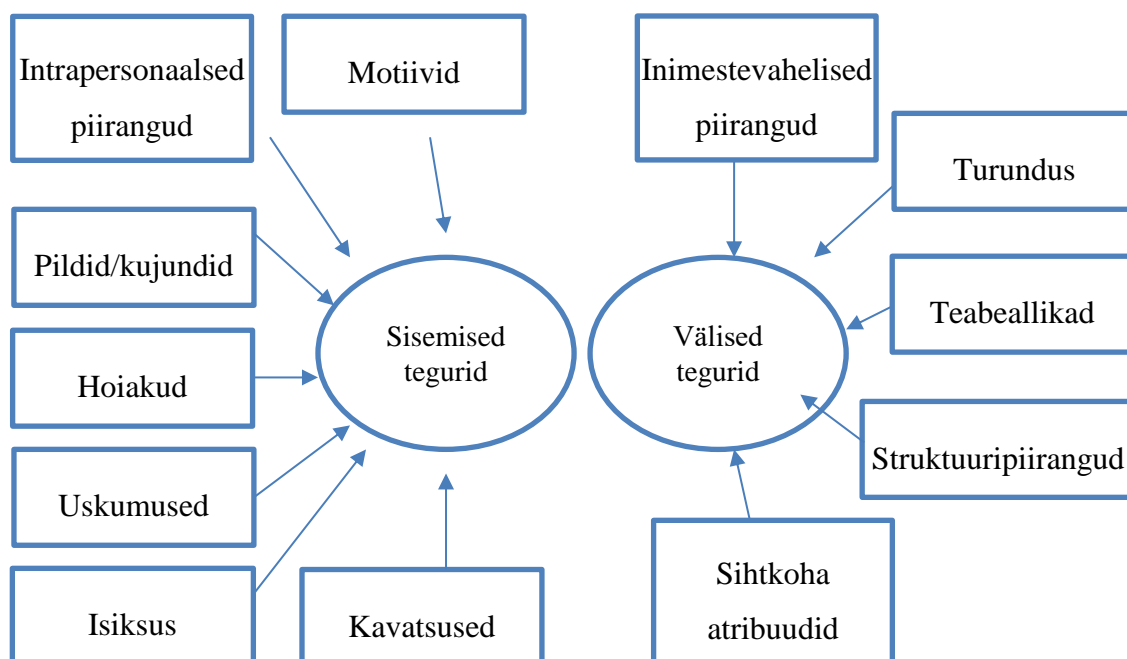
Uuringute põhjal võib välja tuua, et tegelikult eelistavad kruiisituristid rohkem väiksemaid ja vähemal määral ka vanemaid laevu (Castillo-Manzano & López-Valpuesta, 2018, lk 117). Selle põhjuseks toovad Swain ja Barth (2002) oma analüüsis välja, et väiksemad laevad pakuvad teistsugust sotsiaalset kogemust, kus kaptenid ja meeskond pööravad reisijatele personaalsemat tähelepanu. Sama järeldus tuleb välja ka Zhang (2013) analüüsist, kus selgus, et suurem reisijate arv mõjutab klientide rahulolu negatiivselt, kuna vähem reisijaid kandev laev võrdub rohkem harvaesineva ja unikaalsema kogemusega, mida reisija luksuskaubalt ootab. Luksuse hindamise osas näitavad tulemused, et kruiisireisijad suudavad vahet teha üldistel kruiisifirmadel ning premium- või luksusliinidel, kuna viimased saavutavad kvaliteedis paremaid tulemusi.

Samuti tuuakse välja, et reisijad hindavad kõrgemalt nende kruiisifirmade laevu, millel on kruiisiturul pikemaajalisem kogemus. (Castillo-Manzano & López-Valpuesta, 2018, lk 117-118)

Palju on uuritud tegureid, mis mõjutavad seda, kas kruiisikülastajad külastavad sihtkohta või kordavad kruiisireisi uuesti ning muutujaid, mis mõjutavad seda, kas sihtkohta või kruiisireisi soovitatakse. Kruiisituristide segmenteerimisel on kasulik kasutada lojaalsust puhkuse uuesti külastamise kavatsuse ja rahulolu mõõtmiseks. Assooridel tehtud uuring näitas, et hinna ja kvaliteedi suhe on oluline käitumiskavatsuste ennustaja. Lisaks leitakse, et turistide rahulolu tase, linna vaatamisväärsused ning ettekujutus külalislahkusest, ohutusest, teenustest ja keskkonna puhtusest mõjutavad samuti kavatsust uuesti külastamiseks ja soovitamiseks (Ozturk & Gogtas, 2016, lk 197–198).

Larsen ja Wolff (2015, lk 47) uurisid, kas kruiisituristid kavatsevad sihtkohta tagasi pöörduda, olles varem sealsesse sihtkohta sattunud. Uuringus selgus, et kruiisituristid naasevad hiljem sihtkohta tagasi väiksema tõenäosusega kui teised maismaaturistid. Seetõttu pole väga tõenäoline, et kruiisikogemus soodustaks kalduvust kruiisi ajal külastatud sihtkohta naasta ja see tähendab, et kruiisitööstus ei toimi kohalike sihtkohtade ja riikide turundusvahendina. Seda järeldust kinnitab ka tõdemus, et turistid, kes sihtkohta sattusid, olid juba varem kruiisituristina sihtkohta külastanud. Teisisõnu – uskumused, mida tavaliselt hoiavad sihtasutused, kes eeldavad, et kruiisireisijad naasevad iseseisvalt järgmise reisi jaoks, ei vasta tõele.

On leitud, et tarbijate otsuseid mõjutavad veel nii sisemised (nt motiivid, intrapersonaalsed piirangud, kujundid, hoiakud, uskumused, kavatsused ja isiksus) kui ka välised tegurid (nt sihtkoha atribuudid, turundus, teabeallikad, inimestevahelised piirangud ja struktuuripiirangud). Nende tegurite mõistmine on tuleviku otsuste tegemise uurimisel oluline, arvestades, et on ebatõenäoline, et tekiks ühtne ühendav teooria, mis kirjeldaks, selgitaks või prognoosiks tarbijate otsuseid. (Whyte, 2017, lk 558). Eelnevale allikale tuginedes on autor koostanud joonise tarbijate otsuseid mõjutavatest sisemistest ja välistest teguritest (vt joonis 1.).



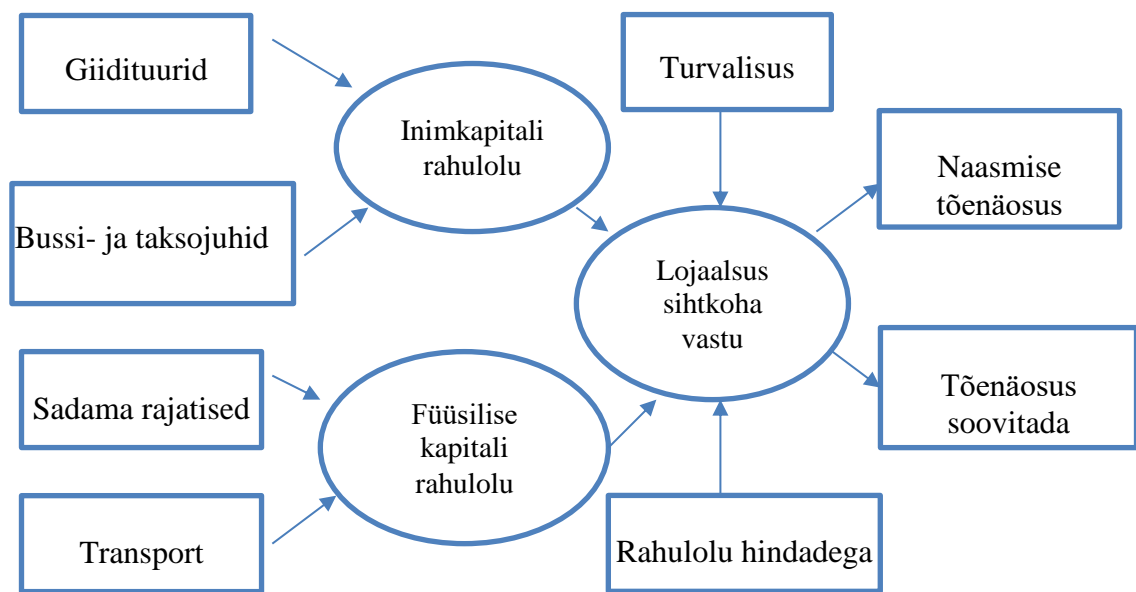
Joonis 1. Tarbijate otsuseid mõjutavad sisemised ja välised tegurid. Allikas: Whyte, 2017, lk 558

Eelneval joonisel on üheks tarbijate otsuseid mõjutavaks väliseks teguriks toodud teabeallikad, mis on reiside kavandamise üks peamisi etappe. Selle tähtsus on veelgi olulisem kruiisireiside puhul, mida peetakse keerukaks turismitooteks, kuna sellega kaasneb põhjalik otsustusprotsess. Kruiisipuhkust osta sooviv inimene peab mitte ainult otsustama, kas võtta puhkust ja kuhu minna, vaid ka seda, millistel kruiisiliinidel reisida, millist kruiisimarsruuti valida ja milline kruiisiliinilt pärit laev vastab kõige paremini tema vajadustele. Kuna turistid kasutavad üha enam Internetti, lähevad hiljutised uuringud kaugemale traditsioonilistest teabeallikatest (reklaam, reisibürood, reisijuhid jne), võrreldes neid veebiteabe kasutamisega. Arvestades asjaolu, et kruiisituristid veedavad külastussadamates vaid piiratud aja (keskmiselt 5 tundi), siis sageli jätab see külastatud sihtkohast puuduliku mulje, seega võib enne kodust lahkumist uuritud teave olla sihtkohast terviklikuma pildi saamiseks hädavajalik. (Sanz-Blas, *et al*, 2017, lk 120–121)

Sanz-Blas, Buzova ja Carvajal-Trujillo (2017, lk 125–126) läbi viidud uuringus selgus, et veebiallikatest informatsiooni otsinud turistide puhul olid kõige olulisemad turismi infrastruktuuri kuvandi mõõtmised ja turismiressursid, mis viitab sellele, et need külastajad on huvitatud tutvumisest peamiste sihtkoha vaatamisväärsuste, monumentide ja päranditega. Reisijad, kes kasutasid traditsioonilisi teabeallikaid nagu näiteks reisibürood, sõbrad või reisijuhid, pidasid kõige olulisemaks mõõtmised, mis viitasid sotsiaalmajanduslikule ja linna infrastruktuurile ning sihtkoha puhtusele. Selle üheks võimalikuks põhjuseks võib olla see, et külastajad eelistavad kulutada maismaal oma vaba aega näiteks ostlemisele, kohaliku toidu degusteerimisele või kesklinnas ringi jalutamisele.

Joonisel 1. on üheks sisemiseks teguriks välja toodud motiivid. Reisimotivatsiooni on uurinud paljud teadlased erinevatest valdkondadest, näiteks sotsioloogiast, antropoloogiast ja psühholoogiast. Maslow's hierarhiline motivatsiooniteooria oli turismikirjanduses üks levinumaid. Teooria oli modelleeritud püramiidina, mille alus koosneb füsioloogilistest vajadustest, millele järgneb kõrgem psühholoogiline tase, vajadused ja eneseteostuse vajadus. Crompton (1979) püüdis kõigepealt joonistada seitse sotsiaalpsühholoogilist või tõukavat motiivi (põgenemine, eneseuurimine, lõdvestamine, prestiiž, regressioon, suguluse tugevdamine ja sotsiaalne läbikäimine) ning kahte kultuurilist või tõmbemotiivi (uudsus ja haridus). Tema väljatöötatud kontseptuaalne raamistik mõjutab sihtkoha valikut ja selline lähenemisviis tähendab, et sihtkoht võib tekitatud vajaduse rahuldamisel mingil määral mõjutada puhkusekäitumist. (Mohammad & Som, 2010, lk 41)

Kindlal majandusteoorial põhineva SEM mudeli (*Structural equation modeling*) abil on võimalik hinnata kruiisituristide rahulolu (vt joonis 2.), võttes arvesse majanduslikke tootmistegureid, milleks on inim- ja füüsiline kapital. Esimest varjatud muutujat „inimkapitaliga rahulolu” peaksid positiivselt mõjutama rahulolu giidide ning bussi- ja taksojuhtidega. Eeldatakse, et teist varjatud muutujat “rahulolu füüsilise kapitaliga” mõjutavad positiivselt sadamarajatiste ja -teenuste rahulolu ning rahulolu transpordiga. Turistide lojaalsuse lisamäärajateks on lisatud ka rahulolu hindade ja ohutusega, mis võivad hiljem mõjutada nii tagasituleku tõenäosust kui ka valmidust soovitada sihtkohta teistele. (Brida, *et al.* 2012, lk 402 ja 407)



Joonis 2. SEM mudel. Allikas: Brida, *et al.* 2012, lk 402

Kruisiturist erineb tavaturistist, kuna majutusteenust ta ei vaja ja kaldal veedab ta väga vähe aega. Samuti naasevad kruisituristid tagasi sihtkohta väiksema tõenäosusega kui maismaaturistid. Seda, kas kruisikülastaja naaseb tagasi sihtkohta mõjutavad paljud tegurid nagu näiteks rahulolu, vaatamisväärsused, ohutus, keskkond jne. Samuti mõjutavad seda ka sisemised ja välised tegurid. Võib arvata, et mida rohkemaid teenuseid pakkuv, suurem ja uhkem kruisilaev, seda parem, kuid kirjanduse ülevaate põhjal selgub, et turistid eelistavad pigem väiksemaid, luksuslikemaid ning personaalsemaid kruisilaevu. Nii tava- kui ka kruisituristi puhul on oluline uurida ja analüüsida erinevaid sihtkoha valikut või taaskülastamist/soovitamist mõjutavaid tegureid, mis hiljem aitaksid välja tuua sihtkoha kitsaskohad ning seejärel luua kvaliteetsema teenuse ning kogemuse turistile.

1.3. Kruisisihtkoha arendamine

Järgnevas alapeatükis antakse ülevaade sellest, mis on täpsemalt kruisisihtkoht ja mida tuleks silmas pidada selle arendamisel. Autor toob erinevate teadusallikate põhjal välja erinevad aspektid nagu näiteks sadama omadused, majanduslikud, sotsiaalsed ja keskkondlikud mõjud, mis kõik mõjutavad kruisisihtkoha arendust.

Maailma Turismiorganisatsioon (inglise keeles United Nations World Tourism Organization UNWTO) defineerib sihtkohta kui külastatud kohta, mis on reisile mineku otsustamise üheks keskseks osaks (World Tourism..., *n.d.*). Sihtkohta peetakse tavaliselt tegevusüksuseks, kus erinevad sidusrühmad, näiteks ettevõtted, avalikud organisatsioonid, võõrustajad ja külalised mõjutavad üksteist läbi kogemuste koosloomise (Saraniemi & Kylänen, 2011, lk 134). Sihtkoht hõlmab erinevaid sidusrühmi ja saab luua võrgustiku suuremate sihtkohtade jaoks. Samuti on see immateriaalne oma kuvandi ja identiteediga, mis võib mõjutada tema turu konkurentsivõimet. Turismisihtkoht on füüsiline ruum koos või ilma administratiivsete ja/või analüütiliste piiridega, kus külastaja saab veeta öö. See on toodete ja teenuste ning tegevuste ja kogemuste klaster turismi väärtusahelas ning turismi analüüsimise põhiüksus. (World Tourism Organization, 2019, lk 14)

London ja Lohmad (2014, lk 30) töid oma uuringus välja viis elementi, mis suunavad kruiisisihtkoha arendust:

1. sadama tüüp (kodusadam, sissesõidusadam, hübriid);
2. sidusrühmad ja nende huvid (kruiisiliinide omanikud ja operaatorid, reguleerivad ametnikud ja transpordi pakkujad, sadamapoolsed sidusrühmad kui sadama omanikud, käitajad ja laevateenuste pakkujad ning kaldapealsed sidusrühmad nagu valitsus, investorid, reisikorraldajad ning kohalik transport ja muud ettevõtted);
3. kruiisisihtkoha arenguetaap
4. sadama omadused;
5. kruiisitaristu ettepaneku päritolu.

Selleks, et kruiisisihtkoht saaks üldse toimida ja areneda on vaja kruiisisadamaid. Papathanassis ja Bunda (2016) klassifitseerivad kruiisisadamad autentseks, eksklusiivseks, väljakujunenuks või sissepääsuteeks, sõltuvalt nende turismi ja infrastruktuuri arengust (vt lisa 1.) Sissepääsutee (*gateway*) kruiiside sihtkohad tähendavad sadamat, kus kruiis algab ja lõpeb. Autentsed ja eksklusiivsed sadamad on esile tõstjateks/eristajateks ning väljakujunenud sadamad on piirkonna peamised ligitõmbajad (nn “*must-see*”). See lähenemisviis kinnitab, et optimaalne sadamate kombinatsioon määratleb kruiisirajooni atraktiivsuse ja et “üks retsept sobib kõigile” sadam, pole ei tõhus ega realistlik.

Tänapäeval konkureerivad erinevad turismisihtkohad tihedalt üksteisega, sest turistid valivad sageli sihtkohtade vahel, millel on sarnased atribuudid, näiteks ilus maastik, laiad rannad, sõbralikud kohalikud kogukonnad ja kvaliteetsed majutuskohad. Uuringud on näidanud, et 70% rahvusvahelistest turistidest külastab ainult 10 riiki. Turistide meelitamiseks peavad sihtkohad olema ainulaadsed ning kuna sihtkoha kuvand mõjutab otsustavalt turistide käitumist, on äärmiselt oluline kujundada ka sobiv kuvand. Riigi üldpilt koosneb mainest ning stereotüübist, mis ärimeestel ja tarbijatel konkreetsest riigist on. Selle pildi loovad muutujad nagu esinduslikud tooted, rahvuslikud eripärad, majanduslik ja poliitiline taust, ajalugu ja traditsioonid. (Souiden, Ladhari & Chiadmi, 2017, lk 55)

Kruisioperaatoritel on väljakutse luua konkurentsivõimelisi kruisipakette, samal ajal peavad nad oma reisilaeva kasutamist optimeerima tegevuskulude minimeerimiseks ja/või tulude maksimeerimiseks reisija kohta. Laevade kasutuselevõtu strateegiaid ja marsruudi kujundamist mõjutavad turutingimused ja nõuded on näiteks: nõudluse hooajalisus, kruisipuhkuse optimaalne kestus, tasakaal seilamisaja ja kaldaaja vahel, „*must see*” asukohtade olemasolu, üleüldine külaliste rahulolu. Samal ajal võetakse veel arvesse ka selgeid operatiivseid kaalutlusi, näiteks: sadamate sildumisvõimsus ja ligipääsetavus laevadele, külastatavate sadamate vaheline kaugus (kruisilaevad võivad öösel läbida 200 meremiili). (Rodrigue & Notteboom, 2013, lk 8)

Kruisiturismi atraktiivseks muutmine tähendab sageli olulisi investeeringuid sadamarajatiste infrastruktuuri, tekitades seeläbi suurt riski kohalike omavalitsuste suutlikkusele ning lõppkokkuvõttes sihtkoha maksumaksjatele. Reisi marsruut koosneb paljudest sadamatest, sageli eri riikides. Seega on kruisirajooni arendamine väljaspool investeeringute ulatust ja üksikute sadamavaldajate kontrolli all. Papathanassis ja Bunda (2016) on kruisiturismi arengut kirjeldanud kui „Mitmeklastrilise portfelli halduse” väljakutset, mis tähendab, et igas sadamas on oma kruisiturismi klaster ja piirkond esindab erinevate sadamate portfelli, erineva turismi elutsükli dünaamika, vaatamisväärsuste ja infrastruktuuriga. (Papathanassis, 2017, lk 109)

Piirkondliku kruisiturismi hõlbustamiseks ja jätkusuutlikkuse arendamiseks, peavad need organisatsioonilised üksused suunama oma tähelepanu sadamate edendamisele

piirkondlikule esindatusele. Alates sadamate koordineerimisest kuni kruiisiturismi arendamise juhtimiseni nendes sadamates ja piirkondades tervikuna (*Ibid.* lk 109–110).

Viimase kolme aastakümne jooksul on teadlased nõustunud mõttega, et iga turismi sihtkoha tuleviku kavandamisel tuleks arvestada elanike arusaamadega, nende ootustega ja suhtumisega kavandatud turismiarendusmudeli mõjusse. Varasemates uuringutes leiti, et tuleks kohalikud kogukonnad kaasata turismi kavandamisse, sest see loob ressurside kasutamise planeerimise protsessi kontrolli ja omandiõiguse tunde. Samal ajal võimaldab kaasamine neil tegutseda loodusvarade hooldajana, nende eest hoolitsedes ja hoides. Kohaliku kogukonna osalemistüüpide kohta on läbi viidud uuringuid, mille põhjal eristatakse: spontaanne osalemine, indutseeritud osalus ja sunniviisiline osalemine. Kohaliku kogukonna tegelik kaasamine ei ole siiski alati võimalik, kuna võib esineda mitmeid tõkkeid, mis piiravad elanike osalemist turismi kavandamises. Piirangute hulka kuuluvad rahaliste ressurside, investeerimiskapitali ja/ või oskusteabe puudus ning turismi arendamisel initsiatiivi tegemiseks vajalikud kompetentsid. (Ciappa & Abbate, 2016, lk 1373–1374)

Kruiisimajandusel on suur potentsiaal pakkuda sadamariigile majanduslikku kasu. Need majanduslikud eelised tulenesid viiest peamisest allikast: 1) kruiisireisijate ja meeskonna kulutused; 2) kruiisilaevade töötajad mereäärsetes peakontorites, kes tegelevad turunduse ja reiside korraldamisega; 3) kruiisilaevade kulud kruiisioperatsioonideks vajalike kaupade ja teenuste jaoks; 4) kruiisilaevade kulutused sadamateenustele; 5) kruiisilaevade hoolduskulud. (Aguirre & Brida, 2008, lk 23)

Brida & Zapata-Aguirre (2017, lk 7) määratlevad kruiisiturismi otsesed, kaudsed ja tuletatud mõjud sihtkoha majandusele järgmiselt:

- Otsene mõju on tarnijale, kes müüvad kaupu ja teenuseid otse kruiisilaevadele, kruiisireisijatele ja meeskonnale. Kruiisilaevadega seotud otsesed kulud hõlmavad sadamakulusid, merekulusid, toitu ja jookke, kütust, vett, hooldust. Kruiisireisijate otsesed kulud hõlmavad kulusid, mis ei kuulu kruiisi enda alla, näiteks taksod, suveniirid, ekskursioonid kaldal, toit ja joogid jne. Meeskonna otsesed kulud hõlmavad restorane, jaekaupu, huvitegevust, transporti jms.

- Kaudsed mõjud tulenevad otseste tarnijate, näiteks kaupade ostmisest teistelt ettevõtetelt.
- Tuletatud mõjud tulenevad otsestest ja kaudsetest kuludest, mis tulenevad nende suurenenud sissetulekutest.

Kruisilaevade majandusliku mõju intensiivsust mõjutab ka sihtkoha suurus. Uuringud on näidanud, et majanduslikud mõjud on konkreetsele sihtkohale vastavad ja et väiksematel territooriumitel oleks võimalus paremini teenida, kui nad keskenduksid luksuslikele laevadele. Kruisitööstusel on potentsiaali pakkuda sadamariigile majanduslikku kasu. Suurte kruisilaevade sadamasse majutamine nõuab aga suuri algkapitaliinvesteeringuid infrastruktuuri ja ülalpidamiskulusid. Seda tüüpi turismi korral, kus on kõrged infrastruktuuri- või keskkonnakulud, võib turismi kiire kasv põhjustada SKP stagnatsiooni või isegi languse. (*Ibid.* lk 9)

Sotsiaalsed mõjud mõjutavad kogukonna väärtusi, nende käitumismustreid, kogukonna struktuuri, üldist elustiili ja elukvaliteeti, mis võib tuleneda näiteks suure hulga turistide tagajärjest. Kruisiturismi osas määratletakse peamisteks negatiivseteks kogukonda mõjutavateks sotsiaalseteks teguriteks rahvastiku tunglemine ning ummikud. (Gutberlet, 2016, lk 48). Kruisiturismi sotsiaalsed ja kultuurilised mõjud hõlmavad selliseid positiivseid elemente nagu näiteks käsitöötraditsioonide ja tseremooniate taaselusamine, suurenenud kultuuridevaheline suhtlus ja mõistmine ning negatiivsed elemendid, näiteks suurenenud kuritegevuse määr ja muutused traditsioonilistes kultuurides (Garay, Canoves & Prat, 2014).

Kruisilaevade operaatoreid võidakse hakata sundima investeerima kohalikku kanalisatsiooni infrastruktuuri, prügivedudesse ja sadama lähedal asuvate alade koristamisse. Sellised toimingud võivad vähendada sotsiaalseid, majanduslikke ja keskkonnakulusid ning sellest saavad pikaajaliselt kasu kruisiettevõtjad ise, edendades puhast, elavat ja sõbralikku sadamat, mis reisijatele meeldib. Nimetatud meetmete ja kohustuste puudumisel toob kruisiturism tõenäoliselt kasu ainult välisinvestoritele ja kohalikule eliidile, samas kui kohalik kogukond ei saa märkimisväärset netotulu ja keskkond kannatab negatiivsete mõjude tagajärjel. (McNeill & Wozniak, 2018, lk 399). Teadlased nõustuvad, et turismi jätkusuutlik areng on võimalik, kui kohalikud

omavalitsused, valitsusasutused, ettevõtted ja vastuvõtavad kogukonnad teevad poliitika kujundamisel koostööd, töötades koos turismi arengu kavandamisel ja reguleerimisel (Chiappa & Abbate, 2016, lk 1373).

Kruiisisihtkoha arendamist mõjutavad mitmed tegurid, nagu näiteks sadama tüüp ning olemus, konkurents, atraktiivsus, kohalik kogukond ning majanduslikud, sotsiaalsed ja kultuursed mõjud. Kuna majanduslikud mõjud on konkreetsele sihtkohale vastavad, siis sellest tulenevalt on väiksemate sihtkohtade puhul soovitatav pühenduda väiksematele luksuslaevadele, mis ei nõua erilisi muudatusi infrastruktuuris, kuid toovad siiski tulu ning edendavad piirkonnas kruiisiturismi. Nii kruiisilaevade kui ka turistide sihtkohta tagasi naasmiseks tuleks kindlasti arendada sadamapiirkonda kui ka selle läheduses asuvaid ettevõtteid, mis pakuvad kohalikku elamust nii toidu, kultuuri kui ka keskkonna alasel ning tekitab sadama suhtes hea ning sõbraliku tunde, mis reisijatele meeldib.

2. KRUIISITURISMISIHTKOHA ARENDAMINE SAAREMAAL

2.1. Uuringu aktuaalsus, metoodika, valim ja korraldus

Saare maakonna majanduskeskkonna ülevaate andmetel veavad Saare maakonna majandust tugevad töötleva tööstuse sektorid. Lisaks sellele on kõrgel positsioonil ka turism ja majutus, mille arendamises nähakse senisest enam potentsiaali. (Saaremaa Vallavolikogu, 2018, lk 34 ja 37). Saaremaa valla arengukavas 2019–2030 on välja toodud Saare maakonna turismisektori esindajate poolt nii positiivseid kui ka negatiivseid turismivaldkonda iseloomustavaid asjaolusid nagu näiteks (*Ibid*, lk 37–38):

- suur väljakutse merenduses on rahvusvaheliste liinide puudumine ja Saaremaa sadama marginaalne kasutus;
- tööpuudus turismisektoris – noored ei räägi üle ühe võõrkeelega ja giidide vanus on kõrge;
- Saaremaa kuulub UNESCO “Inimene ja biosfäär” võrgustikku;
- Saaremaa on tuntud regionaalne bränd, kuid kaugemal on tuntust vähem. Turismiks suunatud turunduseelarve on väike.

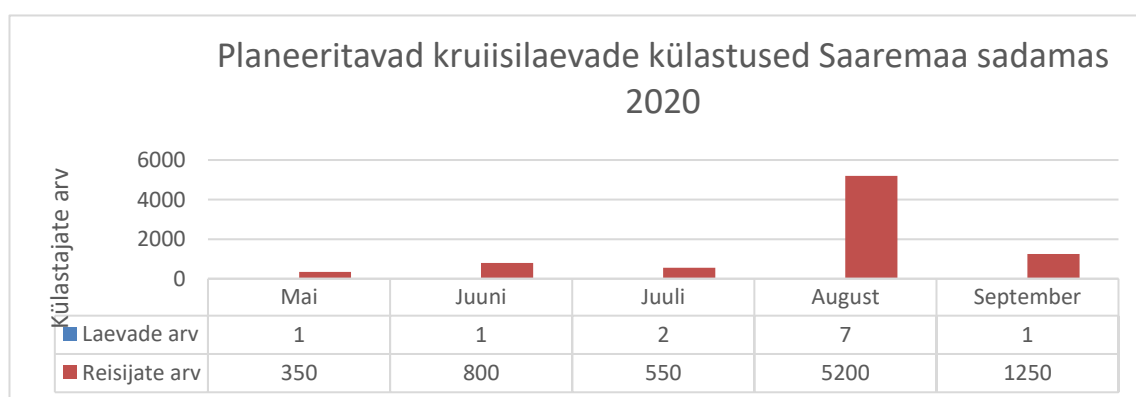
Saaremaa kuulub UNESCO biosfääri alasse, kuid enamik maakonna elanikke ega ettevõtjaid ei ole teadlikud selle potentsiaalsetest ja võimalustest ning asjaolust, et selle abil on võimalik turundada regiooni kui terviklikku turismipiirkonda. Biosfäärialala loob mitmeid võimalusi turismile nagu näiteks: rahvusvahelise tuntuse saavutamine, uute maa-, loodus- ja ökoturismi toodete loomine, merekultuur, mereturism, kraatrid, maalinnad, loodusreisid, allikad, looma- ja linnuvaatlused, puhtus, värske õhk, vaikus ning rahu (Saare Arenduskeskus, 2019, lk 75–76).

Saaremaa valla arengukava 2019–2030 kajastab kohati ka kruisiturismi. Nimelt tuuakse seal välja, et aastal 2018 külastas Saaremaad 9 kruisilaeva ning 2030 aasta sihttasemeks

prognoositakse 20 kruisilaeva, mis on üle poole võrra suurem. Samuti nähakse ka kruisireisijate arvu suurenemist. 2018 aasta baastase oli 2920 reisijat ning 2030 aasta sihttasemeks tuuakse välja 25 %-line suurenemine. (Saaremaa Vallavolikogu, 2018, lk 40). Need prognoosid näitavad, et Saaremaa tuntus tõuseb kruisiturul ning sihtkohal on lootust saada tulevikus rohkem kasutust.

Tallinna Sadamale kuulub 5 sadamat (vt lisa 2): Vanasadam, Muuga sadam, Paldiski Lõunasadam, Saaremaa sadam ja Paljassaare sadam (Tallinna Sadam, s.a.). Tallinna Sadamale kuulub 2 reisisadamat, mis teenindavad kruisituriste: Vanasadam ja Saaremaa sadam (Tallinna Sadam, 2019, lk 6). 2006. aastal valminud Saaremaa sadam võtab vastu nii kruisilaevu, lõbusõidujahte kui ka kaubalaevu. Sadamal on 2 kaid, mille kogupikkuseks on 445 meetrit, ning mis suudavad teenindada kuni 200 meetri pikkuseid laevu. (Tallinna Sadam, s.a.)

Aastani 2018 on läbi Saaremaa sadama külastanud saart kokku 84 kruisilaeva, mis on kaasa toonud ligi 41 tuhat turisti (Tallinna Sadam, 2018). 2020. aasta alguse seisuga oodati Saaremaa sadamasse kuni 12 kruisilaeva külastust, mis pidid kaasa tooma umbes 8150 turisti. Neist kõige rohkem (7 laeva) oli planeeritud augustikuusse, mil saart peaks külastama 5200 turisti (Tallinna Sadam, 2020). Praegusel hetkel on keeruline prognoosida kindlat laevade ja turistide arvu ning eelnevalt välja toodud informatsioon antud hetkel ei realiseeru. Järgnevalt on autor koostanud joonise, kus on välja toodud 2020. aasta planeeritud Saaremaa sadama kruisilaevade ja reisijate arvud hooaja lõikes (joonis 3).



Joonis 4. Autori koostatud. Allikas: Tallinna Sadam, 2020

Järgneva uuringu eesmärgiks oli välja selgitada takistavad ja soodustavad faktorid kruisituristide vastu võtmisel Saaremaal ning kuidas hindavad kruisiturismi mõju sihtkohale erinevad turismiasjalised. Uuring viidi läbi kvalitatiivsel uuringumeetodil, kasutades selleks intervjuud. Autor valis uuringumeetodiks intervjuu, sest tegemist on aruteluga, mis toimub tavaliselt üks-ühele uurija ja inimese vahel ning mille abil on võimalik koguda teemade kohta põhjalikku ning konkreetset teavet. Intervjuusid on võimalik läbi viia näost-näku või telefoni teel. (Harrell & Bradley, 2009, lk 6). Antud lõputöö raames intervjueris autor uuritavaid nii isiklikult kui ka telefoni teel. Täpsemalt kasutas autor uuringus poolstruktureeritud intervjuud. Poolstruktureeritud intervjuu eesmärk on välja selgitada intervjuueeritavate vaatenurgad seoses uurimisteenemaga seotud kogemustega. Oluline on, et intervjuu küsimused oleksid avatud ja sõnastatud diskussiooni tekitamiseks. Neid küsimusi küsitakse igalt intervjuueeritavalt tavaliselt samal viisil ja süstemaatiliselt, kuid küsimused on poolstruktureeritud selles osas, et intervjuueeritavatel on vabadust skriptist pisut kõrvale kalduda. (McIntoch & Morse, 2015, lk 1–2)

Uuringu küsimused olid koostatud teooria põhjal, võttes arvesse Saaremaa konteksti ja sealset sadama olukorda (Saaremaa Vallavolikogu, 2018), turundust (Saaremaa Vallavolikogu, 2018; Whyte, 2017) ning puuduvaid ja olemasolevaid ressursse (Brida & Zapata-Aquirre, 2017). Intervjuu läbiviimiseks koostas autor 2 eraldi küsimustikku, millest üks oli suunatud kohalikele turismiasjalistele (vt lisa 3), kes tegelevad sealsete objektidega ning teine oli suunatud sadamas ning kruisiturul tegutsevatele asjalistele (vt lisa 4). Küsimuse vastused annavad autorile parema ülevaate erinevate osapoolte arvamusest ja meelestatusest Saaremaa kui kruisiturismi sihtkoha kontekstis.

Valimi meetodiks on autor valinud ekspertvalimi, kus uurija valib uuritavad subjektid teadlikult, et saada vastuseid konkreetsetele uurimisküsimustele (Setia, 2016). Autor valis ekspertvalimi, sest selle tagajärjel on kindel, et uuritavad oskavad vastata küsimustele ning samuti on võimalik teema kohta saada kõige rohkem ja täpsemat informatsiooni.

Intervjuu käigus salvestas autor andmed, tehes samal ajal ka vajalikke märkmeid ning seejärel transkribeeris salvestised. Pärast transkribeerimist kodeeris autor andmeid jagades vastajad kahte rühma: K1 ja K2 – kruisiturul tegutsevad turismiasjalised ja S1, S2 ja S3 – Saaremaa turismiasjalised.

Lähtudes töö valimist viis autor läbi 2 intervjuud kruisiturul tegutsevate turismiasjalistega: Estonian Holidays AS juhataja ja AS Tallinna Sadam Turundus- ja kommunikatsiooniosakonna juhataja. Ülejäänud intervjuud viidi läbi Saaremaal tegutsevate turismiasjalistega: Roomassaare sadama direktori, Visit Saaremaa turismiinfokeskuse turismispetsialisti ja Saaremaa Vallavolikogu esimehega.

Autoril oli plaanis viia läbi intervjuu 10 turismiasjalisega. Neist 5 oleksid esindanud kruisiturul tegutsevaid turismiasjalisi ning 5 Saaremaa kohalikke turismiasjalisi. Vastavalt Eestis esinenud eriolukorrale (COVID-19) sulgesid paljud ettevõtted oma uksed ja intervjuude läbiviimine oli raskendatud. Autoril õnnestus viia läbi 5 intervjuud. Ühe intervjuueeritavaga oli võimalik leppida kokku kohtumine ning teistega viidi läbi uuring telefoni teel. Keskmise intervjuude kestvus oli pool tundi. Autor usub, et vaatamata eriolukorrale ning oodatust väiksemale ekspertide arvule, sai ta põhiliste turismiasjalistega intervjuud tehtud ja vastavalt sellele ka piisavalt informatsiooni järelduste tegemiseks.

Uurimisandmete analüüsimiseks on kasutatud kvalitatiivset sisuanalüüsi, võrreldes erinevaid intervjuu käigus saadud vastuseid ning toetudes ühistele märksõnadele. Uuringu tulemused on esitatud autori poolsete tõlgenduste ja seletustega, mille illustreerimiseks on kasutanud väljavõtteid intervjuudest.

2.2. Uuringu tulemuste analüüs

Järgnevalt analüüsib autor intervjuude käigus saadud vastuseid, mis aitavad hiljem teha järeldusi ja ettepanekuid kruisiturismisihtkoha arendamiseks Saaremaal. Alustuseks sooviti nii kruisiturul kui ka Saaremaa kohalikul turul tegutsevatelt asjalistelt teada, mida nemad arvavad üleüldiselt Saaremaa kruisiturismist. Kõik vastajad olid ühtviisi Saaremaa kruisiturismi võimalustest rääkides positiivselt meelestatud ning nende arvates on hea, kui Saaremaad külastab kasvõi paar kruisilaeva, sest iga laev on sadamale tulu ja kruisituristid aitavad tõsta ka Saaremaa tuntust nii Euroopas kui ka mujal maailmas. Mõlemalt osapoolelt tuli ka välja negatiivsemaid külgi seoses kruisiturismiga Saaremaal, näiteks: oodatust väikesem laevade ja inimeste arv, sadama kontseptsiooni puudumine ning konkurents Läänemerel.

K.1. Saaremaal tänases situatsioonis potentsiaali on. Just selline vastutustundlik ja roheline turism on järjest populaarsemaks muutumas, inimesed võib-olla eeldavad suurlinnade kõrval külastada ajaloo, loodusvaate ja kultuuriga seotud sihtkohta.

S.1. Kurb on see, et asi ei ole just nii käima läinud kui seal planeerides mõeldi, et laevade arvud ja inimeste arvud võiksid kindlasti suuremad olla. "Pigem varblane peos kui tuvi katusel", vähemalt midagigi.

Järgmisena uuriti intervjueritavatelt, milline mõju on kruiisiturismil Saaremaa ettevõtlusele ning kuidas on mõjutanud/mõjutab kruiisiturism Saaremaa majandust. Kõik viis vastajat olid ühel meelel, et iga lisatulu on Saaremaale hea ja, et pigem on kruiisiturism Saaremaa ettevõtlusele ja majandusele ikkagi positiivselt mõjunud. Osad töid ka välja, et Saaremaa majandusele mõjub kruiisiturism vähem kui näiteks Tallinnale, mis on tänaseks paljude kruiisifirmade poolt avastatud ja saab head tagasisidet. Kuigi teoorias tuleb välja, et kruiisituristi puhul ei ole tegemist korduvkülastajaga, siis intervjuus tõi üks vastaja välja, et Saaremaa majandusele nähakse rohkem mõju korduvkülastustes. Kuna enamik kruiisituriste on pärit Euroopast ja saarel veedetakse suhteliselt vähe aega, siis on lootust, et kunagi külastavad nad Saaremaad taas ning siis juba pikemalt ning seehulgas soovivad ka oma tuttavatele edasi.

K.2. Kruiisiturist on päris suur tuluallikas. Jätavad raha sadamatele, reisikorraldajatele, laeva agentidele. Kõik kellelt ostetakse sisse teenuseid: giidid, bussid, toitlustuskohad, muuseumid. Päris palju on neid, kes seal toiduahelas on ja see on päris suur mass, keda vastu võetakse ja hooaeg on maist-oktoobrini. Tavaliselt tuleb ka aprilli lõpust.

Jõudes uuringu põhiküsimuseni: millised on takistavad ja soodustavad faktorid kruiisituristide vastu võtmisel Saaremaal, siis enamjaolt töid kõik vastajad välja pigem takistavaid, mitte soodustavaid faktoreid. Kõik vastanud töid välja järgnevad takistavad faktorid: probleemid busside ja giididega ning sadama asukoht (kaugel linnast ja läheduses puudub kultuur/teenused). Sadamapiirkonnas ei ole turistidel midagi teha. Näiteks jalgrattarent, väiksed jalutustuurid mererannas – selliseid asju ei ole tehtud. Toodi välja ka vaatamisväärsuste kaugused üksteisest, mis omakorda teevad kalliks tuuride

omahinna. Samuti märgiti probleemina taksode puudus ning vähene tundus kruiisifirmade seas. Üheks takistavaks faktoriks toodi veel välja ka kliima. Kuna Läänemerel ja Saaremaa läheduses valitsevad sügistormid, siis on tulnud ette ka olukord, kus kruiisilaev ei riskinud Saaremaale tulekuga ja selle asemel sildus laev päev hiljem Tallinnasse, kuhu polnud tegelikult plaanitud minna. Soodustavatest faktoritest toodi põhiliselt välja Saaremaa loodus, vaiksem keskkond ja kohalik kultuur, mida suurlinnadel pakkuda ei ole. Järgnevalt on autor koostanud tabeli (vt tabel 1.), kus toob juhuslikus järjekorras välja kõik vastanute välja toodud takistavad ja soodustavad faktorid. Sulgudes on välja toodud arv, mis kirjeldab kui palju intervjuude käigus antud tegurit mainiti.

Tabel 1. Takistavad ja soodustavad faktorid kruiisituristide vastu võtmisel Saaremaal

Takistavad faktorid	Soodustavad faktorid
Sadama ümbruses puuduv kultuur ja teenused (2)	Rahu ja vaikus (3)
Konkurents Läänemerel (3)	Loodus (5)
Vähene tundus kruiisifirmade seas (1)	Vaikne elutempo (2)
Vaatamisväärsuste kaugused üksteisest (2)	Vaheldus suurlinnade kõrval (4)
Probleemid busside ja giididega (3)	
Sadama kaugus linnast (40 min sõitu) (5)	
Taksode puudus (1)	
Sügistormid (2)	

Saaremaa kohalikest asjalistelt küsiti ka, millised on enim külastatavad kohad/objektid Saaremaal, mis on turistide tõmbenumbrid? Selle küsimuse peale oli alguses uuritavatel raske vastata, kuna mainiti, et Saaremaal on nii palju teha ja vaadata, kuid lõpuks tõid kõik vastanud välja järgnevad kohad ja objektid, mida Saaremaal enim külastatakse: Panga pank, Kaalijärv, Kuressaare linn ja linnus, Sõrve tuletorn, Sõrvesäär, Valjala kirik, Angla tuulikumägi, Randla, talumuuseumid jpm. Üks vastaja tõi välja, et kunagi korraldati turistidele ka Mustjala pulma etendust, mis läks inimestele väga korda. Kõige kaugemaks punktiks toodi välja Sõrve tuletorn, mis asub sadamast 85,6 km kaugusel. Sellise külastusobjekti puhul peaksid trajektoori jääma kindlasti veel erinevad peatumispunktid/vaatamisväärsused/programmid, mis hoiavad turisti huvi üleval ning ei väsita teda.

Sihtkoha tuntuse ja atraktiivsuse puhul on tähtsaks faktoriks ka see, kuidas ning kui palju seda turundatakse välisriikidesse, sest läbi selle ollakse sihtkohast teadlikud ning tehakse otsus, kas sihtkohta külastada või mitte. Küsimusele, kuidas intervjueeritavad turundavad Saaremaad ja mis turule on nad kõige rohkem suunatud, siis põhiliselt turundab Saaremaad kui kruiisiturismi sihtkoha AS Tallinna Sadam, kes kuulub suurematesse strateegilistesse võrgustikke nagu näiteks *Cruise Baltics*, mille kaudu tehakse turundust Läänemere piirkondadele. Samuti toimuvad silmast-silma kohtumised kruiisifirmadega ning vähemalt kaks korda aastas käiakse messidel, kus tutvustatakse nii Tallinnat kui ka Saaremaad. Samuti turundavad Saaremaad erinevad laevaagentuurid ja turismifirmad, kes käivad partneritele Saaremaad tutvustamas, kuid üldjuhul turundavad nad siiski pigem iseennast.

Saaremaa kohalikest ettevõtetest teeb kõige rohkem turundust Visit Saaremaa, kuid eraldi kruiisiturule nad ennast suunanud ei ole ning seetõttu ei kajastu kuskil ka Saaremaa kui kruiisiturismi sihtkoha temaatikat. Visit Saaremaa pühendub hetkel pigem lähiriikidele: Soome, Läti ja Rootsi. Vaatamata sellele, et Visit Saaremaa ise kruiisiturismi ei turunda, siis abistab ta AS Tallinna Sadamat erinevate pildi ja tekstimaterjalidega, mida välisriikidele näidata.

K.1. Kõige rohkem just Euroopa ehk Inglismaa ja Saksamaa, mis on kõige suuremad kruiisiturud ja kus kõige rohkem laevu on. Tallinna Sadam on osa suuremate strateegilistest võrgustikest, üks on Cruise Baltics, mis on Läänemere piirkonna turundusorganisatsioon, läbi selle organisatsiooni tehakse ühisturundust ja lisaks toimub päris tihti silmast silma kohtumisi kruiisifirmadega, kus tutvustame Saaremaad ja promome. Meil on messid vähemalt kaks korda aastas, üks on selline ülemaailmne ja üks on kas Euroopale suunatud või Vahemerele, nende raames me tutvustame Saaremaad. Mitte iga aasta aga aegajalt teeme ka sellised roadtrippe, kus käime külastame kruiisifirmasid.

Küsimusele, mis võiks olla Saaremaa puhul see faktor, mis muudaks selle kruiisituristidele üheks “*must see*” asukohaks, olid kõik vastanud ühel meelel, et Saaremaa puhul on tõmbenumbriks loodus, vaikus ja rahu, mida suurlinnadel pakkuda ei ole ning seetõttu ongi Saaremaa vahelduseks ideaalne koht. Samuti toodi välja, et kui

suurlinnade puhul on sadamates mitu laeva ja linnad turiste täis, siis Saaremaa puhul ei ole võimalik ega ka mõtet sarnast olukorda tekitada, mistõttu muudabki see faktor sihtkoha atraktiivseks. Ühe intervjuueeritava poolt toodi välja ka argument, et enne kui üldse Saaremaa saaks muutuda “*must see*” asukohaks, on vaja parandada olukord seoses giide, busside ning sadama lähiümbrusega, kuna oluline on esmamulje ja külastajate tagasiside, mille põhjal lõpuks teevad kruiisifirmad otsuse, kas sihtkoht on atraktiivne ning kas külastada sihtkohta uuesti või mitte. Saaremaa puhul on tõmbenumbriks puhas loodus, vaikus ja rahu, mida tänapäeval väga paljud inimesed hindavad ja otsivad. Samuti jätkusuutlikkus, mis on tänapäeval väga aktuaalne teema ning kõnetab paljusid.

K.2. Sõõm puhast õhku ja ehedat kohalikku kultuuri! Seal on ikkagi piisavalt neid kohalikke tegijaid, kes toetavad kruiisiturismi. Saaremaa ongi selline vaikne ja nunnu, kuid siiski atraktiivne. Samas ei peaks kruiisiturismiga üle pingutama. Saaremaal sellist situatsiooni ei saagi tekkida, seal saab olla korraga üks laev sees. Loodus, vaikus, rahu. Kindlasti ei ole vaja Saaremaale mingit suurt ägedat lõbustusparki või atraktsiooni, see pigem rikuks seda erilist pilti.

S.3. Kindlasti on tore näha suurte linnade vahel ka ühte väiksemat linna, vahelduse mõtteski.

Viimasena uuriti intervjuueeritavatelt, kas Saaremaa võiks olla üks nendest sihtkohtadest, mis keskenduks rohkem luksuslaevadele? Küsimusele vastamisse kaasati ka Roomassaare Sadam, mis pigem keskendub kaubaveole, kuid on varasemalt vastu võtnud ka väiksemaid kruiisilaevu. Kõik vastanud nägid sellisel kontseptsioonil potentsiaali, kuid tõid ka välja, et hetkel puuduvad Saaremaal piisavalt head ressursid just luksuskliendi teenindamiseks. Intervjuueeritavad tõid välja, et luksuskliendi teenindamine nõuab väga head tuuri disaini ja elamust ning kuigi luksusklient ei taha pikalt bussis istuda, on see Saaremaa puhul kahjuks paratamatu. Lisaks toodi välja, et kohalikku kogukonda võiks rohkem teavitada turistide tulekust. Teada on, et luksusklient on valmis ning võimeline jätma sihtkohta palju raha, kuid kui enamus kohalikke ettevõtteid või turge on kinni turistide saabumise ajal, siis ei ole turistil raha kuhugi jätta, isegi kui ta seda sooviks.

K.2. Ma arvan küll jaa. Varasemalt käis Deutschland, mis oli selline vanem. kuid Saksamaal väga tuntud kallis laev. Need kliendid oskasid hinnata loodust ja neile tõesti meeldis ja nad jätsid ikka suhteliselt palju raha Saaremaale ja tuurid olid üpris kalli. Mis võiks olla parem, on kohalik turg. Võiks olla ka enne teadlikud turistide tulekust ja planeerinud ette. Väiksemad laevad tahavadki eksklusiivsemaid kohti ja programme. Nii kui nii sadam ei võta väga suuri laevu vastu, pigem on keskmised ja väiksemad, mis kannavad maksejõulisi ja on teistmoodi.

Enamasti sarnanesid kohalike ja üldisemalt kruisiturismi teemaga soetud asjaliste arvamused. Mõlemate osapoolte vastajad olid Saaremaa kruisiturismi suhtes positiivselt meelestatud, kuid pigem tõid kruisiturismi asjalised välja erinevaid nõrkusi just korralike ning standarditele vastava teenuste pakkumisel, olgu selleks siis bussid, giidid või sadama ümbruskond. Võrreldes kruisiturismi asjalistega, olid kohalikud saare kruisiturismi struktuurist ja sadama toimingutest vähe teadlikud. Sellest tulenevalt on oluline, et ka kohalikud turismiorganisatsioonid oleks pidevalt kaasatud sadama toimingutesse. Välja toodud nõrkusi tuleks tulevikus kindlasti arvesse võtta ning sellest tulenevalt võiks tulevikus olla Saaremaa kruisisadama arendamine kajastatud ka Saaremaa arengukavas. Paljuski mängib suurt rolli just esmamulje, mille põhjal tehakse otsus, kas tulevikus külastada sihtkohta uuesti või mitte. Seetõttu on oluline, et sihtkoht suudaks pakkuda kvaliteetseid teenuseid ning meelde jäävat kogemust.

2.3. Järeldused ja ettepanekud

Järgnevas alapeatükis toob töö autor eelnevast uuringu analüüsist tulenevalt välja järeldused ning ettepanekud seoses kruisiturismi sihtkoha arendamisega Saaremaal. Järelduste ning ettepanekute puhul tugineb autor teoreetilistele allikatele ning intervjuudest saadud informatsioonile.

Saaremaa kruisiturismi ja selle arendamisse suhtutakse positiivselt ning selles nähakse potentsiaali. Saaremaa on väga atraktiivne koht Läänemeresel ning paistab välja oma looduse, kultuuri ja vaiguse poolest teiste suurlinnade kõrval. Autori poolt läbi viidud intervjuu käigus selgus, et Saaremaa sadamal puudub veel kindel kontseptsioon. Hollandi välisministeerium (CBI, n.d.) on välja toonud, et kruisiturism koosneb mitmesugustest

kruisitiitüpidest. Kuna enamus intervjuueeritavatest tõid välja, et Saaremaa eristub teisest kruisisihtkohtadest just nimelt oma looduse ja kultuuri poolest, siis tuginedes teooriale oleks üheks kontseptsiooni võimaluseks keskenduda ekspeditsioonikruisidele, kuna tegemist on kultuurse ja looduskeskse saarega, kuhu kõige suuremad laevad ligi ei pääse. Ekspeditsioonikruiside sihtrühmaks on enamasti uudishimulikud, kõrgelt haritud, loodusele keskendunud ja seiklushimulised inimesed ning laevad on sageli väikesed või keskmise suurusega ning piiratud sügavusega, et pääseda kaugematesse kohtadesse (*Ibid.*). Sellisele sihtrühmale võiksid huvi pakkuda näiteks Angla tuulikud, Kaali meteoriidikaatrid, Vilsandi rahvuspark, Kuressaare linnus jpm.

Uuringus tuli välja, et Saaremaa ettevõtlust ja majandust mõjutab kruisiturism positiivselt ning igas laevas nähakse saarele tulu. Küll aga nähakse rohkem mõju pigem turistide korduvkülastustes, kuigi Larsen ja Wolf (2015, lk 47) toovad oma uuringus välja, et kruisituristid naasevad hiljem sihtkohta tagasi väiksema tõenäosusega kui teised maismaaturistid. Kuna kruisiturist veedab kaldal vähe aega, siis on oluline, et sihtkoht jätaaks endast positiivse mulje ja meelde jääva kogemuse turistile ning ajendaks teda ka hiljem sihtkohta, kas uuesti külastama või teistele soovitama. Teisest küljest näitab Ozturki ja Gogtase (2016) uuring, et turistide rahulolu tase, linna vaatamisväärsused ning ettekujutus külalislahkusest, ohutusest, teenustest ja keskkonna puhtusest mõjutavad kavatsust uuesti sihtkohta külastada ja teistele soovitada. Siit järeldub, et kuna kruisiturist veedab kaldal vähe aega, siis on oluline, et sihtkoht jätaaks endast positiivse mulje ja meelde jääva kogemuse turistile ning ajendaks teda ka hiljem sihtkohta, kas uuesti külastama või teistele soovitama.

Saaremaa kruisiturismi soodustavate ja takistavate faktorite all tõid intervjuueeritavad välja rohkem takistavaid faktoreid. Põhiliselt toodi välja, et sadama ümbruses puuduvad kultuur (vaatamisväärsused, linn asub 40 minutilise sõidu kaugusel) ja teenused (taksod, kohalikud väikeettevõtted). Kuna sadam on esimene kokkupuutepunkt turisti ja sihtkoha vahel, siis on oluline, et juba sadam tekitaks turistis entusiasmi sihtkohta edasi avastada. Souideni, Ladhari ja Chiadmi (2017) uuringus tuuakse välja, et turistide meelitamiseks peavad sihtkohad olema ainulaadsed ning kuna sihtkoha kuvand mõjutab otsustavalt turistide käitumist, on äärmiselt oluline kujundada ka sobiv kuvand. Intervjuu käigus selgus, et kruisiturist on valmis sihtkohta raha jätma, kui talle selleks võimalus antakse.

Kuna kruisilaevade saabumised, väljumised ja kruisituristide arvud on teada, siis oleks üheks sadama atraktiivsemaks muutmise võimaluseks kutsuda kohalikke ettevõtteid sadamasse, pakkuma või tutvustama ehtsaid Saaremaa tooteid/teenuseid/elamusi. Samuti oleks hea võimalus tuua sadamasse ka midagi aktiivsematele turistidele saare uudistamiseks, näiteks jalgrattarent.

Uuringu raames korraldatud intervjuude käigus toodi takistavate faktorite all välja ka konkurents Läänemerel. Mohammad ja Som (2010) toovad oma uuringus välja motivatsioonide analüüsi, mis põhineb sihtkoha tõuketeguritel (põgenemine, eneseuurimine, lõdvestamine, prestiiž, regressioon, suguluse tugevdamine ja sotsiaalne läbikäimine) ja tõmbeteguritel (uudsus ja haridus), mis hiljem mõjutavad sihtkoha valikut. Kuna paljud intervjuueeritatavad tõid välja, et Saaremaa on hea koht põgenemiseks igapäeva linnaelust ja kiirest elutempost, siis kindlasti paistab Saaremaa teiste sihtkohtade seast välja kui hea põgenemiskoht turistile, kes otsib vaikust, rahu ja soovib põgeneda kiirest elutempost. Sellest tulenevalt on võimalik Saaremaad turundada näiteks kui *“Peace & Quiet Destination”* ehk rahu ja vaikuse sihtkohana.

Üheks takistavaks faktoriks toodi välja vaatamisväärsuste kaugused üksteisest. Kuna sadama lähiümbruses puuduvad vaatamisväärsused, siis on turistil keeruline omapäi saart avastada. Kruisi saabumisel sihtkohta on turistil võimalik sõita kas Kuressaare linna, mis asub 40 minutilise bussisõidu kaugusel, osta giidi- ja bussituur, mis eeldab pikki bussisõite, võimaluse korral tellida takso või püsida laevas ja kai ääres. Kuna probleemse kohana toodi intervjuus välja vähene taksode saadavus või olemasolu, siis oleks oluline teavitada erinevaid taksofirmasid kruisilaevade tulekust ning pakkuda neile võimalust sõidutada kruisituriste, kes soovivad omapäi saart avastada. Oluline on ka teavitada turiste olukorrast ning leida neile võimalikult sobilik variant, et ennetada tulenevaid kaebusi. Näiteks pikemate ekskursioonide puhul, tuleks klienti ette hoiatada pikast bussisõidust ning valmistada ette erinevaid lugusid, fakte, muistendeid jms, mis hoiaksid turisti huvi üleval ning ei väsitaks teda.

Viimase takistava faktorina toodi välja probleemid busside ja giididega. Brida, et al, (2012) toob oma uuringus välja SEM mudeli, mille abil on võimalik hinnata kruisituristide rahulolu, võttes arvesse majanduslikke tootmistegureid, milleks on inim- ja füüsiline kapital. Inimkapitaliga rahulolu peaksid positiivselt mõjutama rahulolu

giidide ning bussi- ja taksojuhtidega. Tihtipeale napib suuremate kruiisilaevade klintide teenidamiseks vastava keeleoskuse ja teadmistega kohalikke giide ning nõuetele vastavaid busse. Kuna intervjueritavate seas tuli välja, et kruiisituristid on nõudlikumad kui tavaturistid, siis on oluline, et giidid valdaksid keeli ning oleksid kursis nii kohaliku kultuuri kui ka eluga. Sageli ei huvita turisti mitte vaatamisväärsused ja ajalugu vaid kohalik kogukond ja sealne elu.

Saaremaa arengukavas 2019–2030 (Saaremaa Vallavolikogu, 2018) tuuakse välja, et turismiks suunatud turunduse eelarve on väike ja seetõttu pööratakse rohkem tähelepanu lähiriikidele: Soome, Läti, Rootsi, ning kaugematesse riikidesse ei jõuta. Intervjuu käigus selgus, et Visit Saaremaa oma kodulehel eraldi kruiisiturismi ei kajasta. Kruiisiturul teeb Saaremaale kõige rohkem turundust AS Tallinna Sadam ning erinevad laevaagentuurid ja turismifirmad, kes käivad messidel, silmast-silma kohtumistel ning tutvustavad Saaremaad kui kruiisiturismi sihtkohta. Kuna tarbijate otsuseid ning motivatsiooni sihtkohta külastada mõjutab suuresti turundus (Whyte, 2017), siis on oluline, et informatsioon jõuaks tarbijani läbi sotsiaalmeedia, veebi- või suust suhu turunduse. Samuti on uuringud näidanud, et kuna kruiisituristid veedavad külastussadamates vähe aega, siis võib külastatud sihtkohast jääda puuduliku mulje, seega võib juba eelnevalt uuritud teave sihtkohast olla hädavajalik terviklikuma pildi saamiseks (Sanz-Blas, *et al*, 2017). Sellest tulenevalt võiks Visit Saaremaa koduleht kajastada ka kruiisiturismi võimalusi (sadam, tuurid, teenused), et turistid oleksid teadlikumad erinevatest võimalustest.

Papathanassis ja Bunda (2017) klassifitseerivad kruiisisadamad autentseks, eksklusiivseks, väljakujunenuks või sissepääsuteeks. Autentseid ja eksklusiivseid sadamaid võib nimetada esile tõstjateks/eristajateks ning väljakujunenud sadamaid piirkonna peamisteks ligitõmbajateks (nn “must-sees”). Saaremaal kui sihtkohal on potentsiaalseid faktoreid, mis muudaksid selle Läänemerel üheks “*must see*” asukohaks: loodus, vaikus ja rahu on see, mida suurlinnadel pakkuda ei ole. Küll aga ei ole Saaremaa kui teenuse pakkuja veel valmis olema “*must see*” asukoht, kuna selleks on vaja parandada olukord seoses giidide, busside ning sadama lähiümbrusega, millele on autor juba eelnevates lõikudes järeldused ja ettepanekud välja toonud.

Brida ja Zapata-Aguirre (2017) pööravad tähelepanu uuringule, kus leiti, et väiksemate sihtkohtade puhul on soovitatav pühendada väiksematele luksuslaevadele, mis ei nõua erilisi muudatusi infrastruktuuris, kuid toovad siiski tulu sisse ning edendavad piirkonnas kruisiturismi. Intervjuu käigus nägid vastanud sellisel kontseptsioonil potentsiaali, kuid arvestades luksuskliendi profiili, siis nende teenindamine nõuab väga head tuuri disaini ja elamust. Kuna luksuslaevad on enamjaolt väiksemad ja veavad maksejõulisi kliente, siis oleks Saaremaa sadama kõrval üheks potentsiaalseks luksuslaevade vastuvõtjaks ka Roomassaare sadam, mis keskendub pigem kaubaveole, kuid on valmis vastu võtma ka väiksemaid kruisilaevu. Tulevikus on Roomassaare sadamal plaanis ehitada juurde ka teine kai meresõidukite teenindamiseks. Roomassaare sadam asub Kuressaare linnast kõigest 5 km kaugusel. Selline variant ei eeldaks pikki bussisõite linna ning võimaldaks turistil jätta sihtkohta raha (taksojuhid, kohvikud, restoranid, turismiasutused jne.).

Lihtama ülevaate saamiseks, toob autor järgnevas loetelus välja kõige olulisemad ettepanekud:

- keskendumine ekspeditsioonikruisidele;
- pidev turundamine ja positiivse kuvandi loomine, näiteks „*Peace & Quiet Destination*“;
- koostöö sadama ja kohalike ettevõtete vahel, atraktiivse sadamapiirkonna edendamiseks;
- hästi läbimõeldud tuurid ja pikkadeks bussisõitudeks klientide ette valmistamine;
- Visit Saaremaa kodulehel kruisiturismi kuvamine;
- koostöö Roomassaare sadamaga.

Autori poolt tehtud järeldused ning ettepanekud võivad olla kasulikud AS Tallinna Sadamale, kohalikele turismiasjalistele ning kaldateenuse pakkujatele. Samuti võivad tulla kasuks ka uued ideed, kuidas kruisituristidele sobivaid teenuseid ja tooteid pakkuda.

KOKKUVÕTE

Enne Covid-19 pandeemia tulekut oli kruiisiturism pidevas kasvus. Aastatega oli nii kruiisituristide kui ka kruiisilaevade arvukus tõusnud. Kuigi kruiisiturismil puudub kindel definitsioon, siis kruiisi puhul võib öelda, et tegemist on ühe reisijateveo sektoritest maailmas, mille eesmärk on külaliste majutamine ning üldiselt koosneb kruiis erinevate sihtkohtade külastusest, mitte ühest kindlast marsruudist. Kuna pidevalt muutuvad kliendi eelistused ja maitSED, siis see on toonud esile mitmeid suundumusi ja trende kruiisiturismi maastikul, mida tuleks kindlasti arvesse võtta kruiisiturismi arendamisel.

Kruiisiturist erineb tavaturistist, kuna majutusteenust ta ei vaja ja kaldal veedab ta väga vähe aega. Samuti naasevad kruiisituristid tagasi sihtkohta väiksema tõenäosusega kui maismaaturistid. Kuna kruiisiturism sõltub reisija motiividest, kas külastada või mitte külastada sihtkohta, siis oleks tulevikus vaja kindlaks teha kruiisituristi profiil ning vastavalt sellele disainida teenused, mis tekitaksid turistik huvi ning tahtmise sihtkohta uuesti külastada.

Kruiisisihtkoha arendamist mõjutavad mitmed tegurid. Väiksemate sihtkohtade puhul on soovitatav pühenduda väiksematele luksuslaevadele, mis ei nõua erilisi muudatusi infrastruktuuris, kuid toovad siiski tulu ning edendavad piirkonnas kruiisiturismi. Nii kruiisilaevade kui ka turistide sihtkohta tagasi naasmiseks tuleks kindlasti arendada sadamapiirkonda kui ka selle läheduses asuvaid ettevõtteid, mis pakuvad kohalikku elamust ning tekitab sadama suhtes hea ning sõbraliku tunde, mis reisijatele meeldib.

Antud lõputöö teemaks oli “Kruiisiturismisihtkoha arendamine Saaremaa näitel”, mille uuringu eesmärgiks oli välja selgitada takistavad ja soodustavad faktorid kruiisituristide vastu võtmisel Saaremaal ning kuidas hindavad kruiisiturismi mõju sihtkohale erinevad turismiasjalised. Selleks, koostas autor kaks eraldi poolstruktureeritud intervjuu kava, mis viidi läbi erinevate Saaremaa kruiisiturismi arendajate ja turismiasjalistega. Uuringu küsimused olid koostatud teooria põhjal, võttes arvesse Saaremaa konteksti ja sealset

sadama olukorda, turundust ning puuduvaid ja olemasolevaid ressursse. Uuring viidi läbi viie intervjuueeritavaga, kellest kaks tegutsevad kruiisiturul ning kolm Saaremaa turismi arendamisega. Intervjuude keskmine pikkus oli pool tundi. Intervjuu käigus salvestas autor andmed, tehes samal ajal ka vajalikke märkmeid ning seejärel transkribeeris salvestised. Hiljem kodeeris autor andmeid jagades vastajad kahte rühma. Lähtuvalt intervjuus esitatud küsimustele ning tuginedes teooriale, tegi autor järeldusi ning ettepanekuid, et leida vastus uurimisküsimustele: kuidas suhtuvad turismiasjalised kruiisiturismi saarel ning millised tegevused on vajalikud antud turismivormi arendamiseks?

Uuringu tulemusi analüüsid selgus, et enamik vastanutest on Saaremaa kruiisiturismist positiivselt meelestatud ning näevad Saaremaal kui kruiisiturismi sihtkohal potentsiaali kruiisiturul. Saaremaal on palju vaatamisväärsusi, kultuuri, loodust, vaikust ja rahu, mida suurlinnadel pakkuda ei ole ning kuna üheks sihtkoha tõuketeguriks on põgenemine, siis on hea võimalus turundada Saaremaad kui "*Peace & Quiet Destination*" ehk rahu ja vaikuse sihtkohta, kuhu inimestel on võimalik põgeneda kiire elutempo ja murede eest. Samas tuleb uuringutes välja, et enne kui Saaremaa saab hakata oma potentsiaali täitma, tuleks arendada sadama ümbrust ning sealseid pakutavaid teenuseid (giidid, bussid, taksod jne).

Kuna Saaremaa sadamal on potentsiaali võtta vastu keskmise ning väikese suurusega kruiisilaevu, siis üheks võimaluseks oleks keskenduda ekspeditsioonikruiisidele, mille sihtrühmaks on enamasti uudishimulikud, kõrgelt haritud, loodusele keskendunud ja seiklushimulised inimesed ning laevad on sageli väikesed või keskmise suurusega. Teiseks soovituseks on pühenduda väiksematele luksuslaevadele, mis ei nõua erilisi muudatusi infrastruktuuris, kuid toovad siiski tulu sisse ning edendavad piirkonnas kruiisiturismi.

Roomassaare sadam, mis keskendub põhiliselt kaubaveole, kuid on vajadusel valmis vastu võtma ka väiksemaid kruiisilaevu, asub Kuressaare linnast 5 km kaugusel, mis on külastatav nii jalgsi kui ka transpordiga. Saaremaa sadama kõrval oleks Roomassaare sadam üheks potentsiaalseks luksuslaevade teenindajaks ning kruiisiturismi kui ka kohaliku turismi edendajaks, kuna uuringud näitavad, et luksusklient on tavakliendiga võrreldes nõudlikum ning tuuride puhul ootavad kõige kvaliteetsemaid tooteid ning

teenuseid. Samuti ei ole luksusklient meelestatud pikkadest bussisõitudest ning sageli otsib võimalusi, et sihtkohta raha jätta.

Saaremaal kui kruiisiturismi sihtkohal on palju võimalusi, millega kruiisiturul konkureerida ja välja paista. Kuna tegemist on spetsiifilise sihtkohaga, siis sellest tulenevalt on oluline teada oma sihtrühma ning turul silma paista. Saaremaa kruiisiturismi sihtkoha arendamiseks tuleks kindlasti pöörata tähelepanu nii sadama piirkonna kui ka kaldateenuste arendamisele ning parendamisele (giidid, bussid, kohalikud ettevõtted), et kujundada sihtkohast hea ning sõbralik mulje, mis kutsuks sihtkohta ka tulevikus külastama või soovitama.

Tuginedes erinevatele teoreetilistele materjalidele ning intervjuu käigus saadud tulemustele, sai autor uurimisküsimusele vastuse ning eesmärgi täidetud. Tööst võivad vajalikku informatsiooni leida AS Tallinna Sadam, kohalikud turismiasjalised ning kaldateenuse pakkujad. Samuti võivad tulevikus tulla kasuks ka autori poolt välja toodud ideed, kuidas kruiisituristidele sobivaid teenuseid ja tooteid pakkuda. Antud lõputöö teemat tuleks kindlasti uuendada ja edasi arendada pärast COVID–19 pandeemiat, mil on võimalik olukorrale uue pilguga otsa vaadata.

VIIDATUD ALLIKAD

- Aguirre, S. Z., & Brida, J. G. (2008). The Impact of the Cruise Industry on Tourism Destinations. *SUSTAINABLE TOURISM AS A FACTOR OF LOCAL DEVELOPMENT*, V. Castellani and S. Sala, eds., Tangram Edizioni Scientifiche (Colla). <https://ssrn.com/abstract=1298403>
- Beth, J. H. (2014, January 25). *6 Cruise Industry Trends to Watch for in 2014*. <https://skift.com/2014/01/25/6-cruise-industry-trends-to-watch-for-in-2014/>
- Brida, J. G., Pulina, M., Riaño, E., & Zapata-Aguirre, S. (2012). Cruise visitors' intention to return as land tourists and to recommend a visited destination. *Anatolia*, Vol 23 (3), pp 395–412. <https://doi.org/10.1080/13032917.2012.712873>
- Brida, J.G., & Zapata-Aguirre, S. (2017). Cruise Tourism: Economic, Socio-Cultural and Environmental Impacts. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, Vol 1(3), pp 205–226. <https://ssrn.com/abstract=1332619>
- Castillo-Manzano, J., Castro-Nuño, M., & Lo'pez-Valpuesta, L. (2017). When Las Vegas takes to the sea: New trends in cruising. *Tourism Economics*, Vol 24(1), pp 134–140 <https://doi.org/10.1177/1354816617706867>
- Castillo-Manzano, J., López-Valpuesta, L. (2018). What does cruise passengers' satisfaction depend on? Does size really matter? *International Journal of Hospitality Management*, Vol 75, pp 116–118. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.03.013>
- CBI Ministry of Foreign Affairs. (n.d.). The European market potential for cruise tourism. Retrieved from <https://www.cbi.eu/node/1770/pdf/>
- Charnykh, I. (2015). *On Shore VS on Board. Market segmentation of Cruise passengers visiting Iceland and Marketing of Local Products and Services to Them*. [MSc degree in marketing and international business at University of Iceland]. Retrieved from <https://skemman.is/bitstream/1946/21306/1/Iryna%20Charnykh.%20MS%20thesis.pdf>

- Chiappa, G. D., Abbate, T. (2016) Island cruise tourism development: a resident's perspective in the context of Italy. *Current Issues in Tourism*, Vol 19 (13), pp 1372–1385. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.854751>
- CLIA. (n.d.). *About CLIA*. Retrieved from <https://cruising.org/about-the-industry/about-clia>
- CLIA. (2019). *State Of The Cruise Industry Outlook 2020*. Retrieved from <https://cruising.org/-/media/research-updates/research/state-of-the-cruise-industry.pdf>
- CLIA. (2020). *CLIA Research Highlights*. Retrieved from <https://cruising.org/-/media/Infographics/Cruise-Research-Highlights>
- CLIA. (n.d.). *Cruise Industry COVID-19 Facts and Resources*. Retrieved from <https://cruising.org/en/cruise-industry-covid-19-facts-and-resources>
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacations. *Annals of Touris Research*, Vol 6 (4), pp 408–424. [https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Cruise Critic. (2020). *Cruise Trends 2020: Cruise Critic's Biggest Predictions*. Retrieved <https://www.cruisecritic.com/articles.cfm?ID=4827>
- Cruise Market Watch. (2020). *Current COVID-19 Cruise Line and Cruise Ship Sailing Cancellations*. Retrieved from <https://cruisemarketwatch.com/current-covid-19-cruise-line-and-cruise-ship-sailing-cancellations/> 14.05.2020
- Cruise Market Watch. (n.d.). *Growth of the Ocean Cruise Line Industry*. Retrieved from <https://cruisemarketwatch.com/growth/>
- CSP CruiseShip portal. (n.d.). *Cruise Destinations - Alliances*. Retrieved from <https://www.cruiseshipportal.com/categories/other/cruise-destination-alliances/>
- Garay, L.A., Canoves, G., & Prat, J.M. (2014). Barcelona a Leader Destination in Cruise-passenger Tourism: Keys, Impacts and Facts. *International Journal of Tourism Sciences*, 14:1, pp 23–49. <https://doi.org/10.1080/15980634.2014.11434683>
- Gutberlet, M. (2016). Socio-cultural impacts of large-scale cruise tourism in Souq Mutrah, Sultinate of Oman. *Fennia*, Vol 194 (1), pp 46 – 63. Retrieved from <https://fennia.journal.fi/article/view/46532/15910>

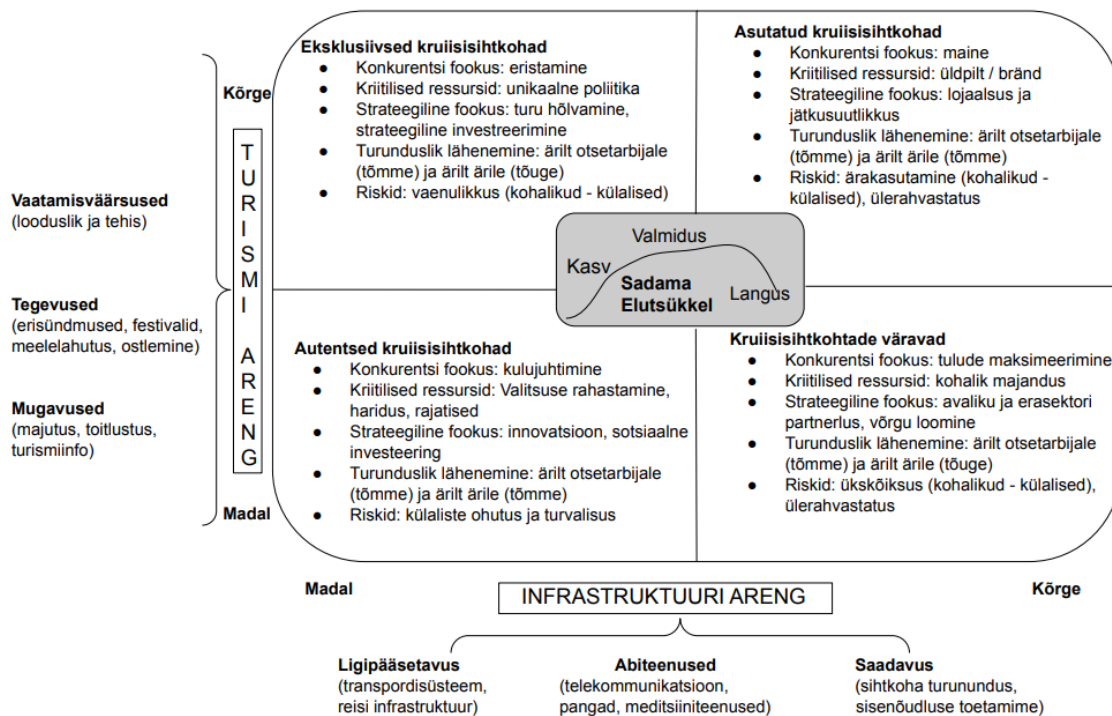
- Harrell, M. C., & Bradley, M. A. (2009). *Data Collection Methods. Semi-Structured Interviews and Focus Groups*. RAND National Security Research Division. https://www.rand.org/pubs/technical_reports/TR718.html
- Larsen, S., & Wolff, K. (2015). Exploring assumptions about cruise tourists' visit to ports. *Tourism Management Perspectives*, Vol 17, pp 44–49. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1016/j.tmp.2015.12.001>
- Lau, Y.-y., & Yip, T.L. (2020). The Asia cruise tourism industry: Current trend and future outlook. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*. <https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2020.03.003>
- London, W.R., & Lohmann, G. (2014). Power in the context of cruise destination stakeholders' interrelationships. *Research in Transportation Business & Management*, Vol 13, pp 24–35. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2014.11.004>
- McIntoch, M. J., & Morse, J. M. (2015). Situating and Constructing Diversity in Semi-Structured Interviews. *Global Qualitative Nursing Research*, Vol 2, pp 1–2. <https://doi.org/10.1177%2F2333393615597674>
- McNeill, T., & Wozniak, D. (2018). The economic, social and environmental impacts of cruise tourism. *Tourism Management*, Vol 66, pp 387–404. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.11.002>
- Mohammad, B, A, M, A-H., & Som, A, P, M. (2010). An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Foreign Tourists to Jordan. *International Journal of Business and Management*, Vol 5 (12), pp 41–50. <http://www.academia.edu/download/31945661/8484-26056-1-PB.pdf>
- Najafipour, A, A., Marzi, V., & Foroozanfar, M, H. (2014). The Future of Cruise Tourism Industry; the Challenges of Cruising Market and Operations Management. *Journal of Social Issues & Humanities*, Vol 2 (7), pp 213–224.
- Ozturk, U, A., & Gogtas, H. (2016). Destination attributes, satisfaction, and the cruise visitor's intent to revisit and recommend. *Tourism Geographies*, Vol 18 (2), pp 194–212. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1080/14616688.2015.1124446>
- Papathanassis, A. (2017). Cruise tourism management: state of the art. *Tourism Review*, Vol 72 (1), pp 104–119. <https://doi.org/10.1108/TR-01-2017-0003>

- Rodrigue, J-P., & Notteboom, T. (2013). The Geography of cruises: Itineraries, not destinations. *Applied Geography*, Vol 38, pp 31–42.
<https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2012.11.011>
- Saare Arenduskeskus AS. (2019). *Saare maakonna ettevõtluskeskkond ja selle arendamisvõimaluste analüüs*. Loetud aadressil
https://www.saaremaavald.ee/documents/17113760/0/2019+06+10+Saare+maakonna+ettevõtluskeskkond+ja+selle+arendamisvõimaluste+analüüs_.pdf/f66c6f1b-a313-4e83-9347-4220aded4ff4
- Saaremaa Vallavolikogu. (2018). *Saaremaa valla arengukava 2019-2030* (määrus nr 1-2/34). Loetud aadressil
<https://www.saaremaavald.ee/documents/17113760/21247201/Saaremaa+valla+arengukava+2019–2030+%28alates+01.01.20%29.pdf/36d5c1d7-fce0-4f5e-a4fd-81344cae3c4b>
- Sanz-Blas, S., Buzova, D., & Carvajal-Trujillo, E. (2017). Investigating the moderating effect of information sources on cruise tourist behaviour in a port of call. *Current Issues in Tourism*, Vol 20 (2), pp 120–128.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1091444>
- Saraniemi, S., & Kylänen M. (2011). Problematizing the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches. *Journal of Travel Research*, Vol 50 (2), pp 133–143. Retrieved from
<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0047287510362775>
- Setia, M. S. (2016). Methodology Series Module 5: Sampling Strategies. *Indian Journal of Dermatology*. 61(5), 505–509. <https://dx.doi.org/10.4103%2F0019-5154.190118>
- Souiden, N., Ladhari, R., & Chiadmi, N. E. (2017). Destination personality and destination image. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol 32, pp 54–70 <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1016/j.jhtm.2017.04.003>
- Swain, R.A., & Barth, J.E. (2002). An Analysis of Cruise Ship Rating Guides. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, Vol 3(4), pp 43–60
https://doi.org/10.1300/J149v03n04_04
- Zhang, Z., Ye, Q., Song, H., & Liu, T. (2013). The structure of customer satisfaction with cruise-line services: an empirical investigation based on online word of mouth.

- Current Issues in Tourism*, Vol 18 (5), pp 450–464.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2013.776020>
- Tallinna Sadam. (2018, september 17). *Saaremaa sadamas peatusid kruiisilaevad üheksal korral*. Loetud aadressil <https://www.ts.ee/saaremaa-sadamas-peatusid-kruiisilaevad-ueksal-korral/>
- Tallinna Sadam. (2019). *Aastaaruanne 2019*. Loetud aadressil <https://www.ts.ee/wp-content/uploads/2020/04/Tallinna-Sadam-aastaaruanne-2019-EST.pdf>
- Tallinna Sadam. (2020). *Oodatavad kruiisilaevade külastused Saaremaal 2020*. Loetud aadressil <https://www.ts.ee/wp-content/uploads/2019/12/Cruise-Ship-Schedule-2020-Saaremaa.pdf>
- Tallinna Sadam. (2020, juuli 28). *Saaremaa sadamat külastab selle hooaja esimene kruiisilaev*. Loetud aadressil <https://www.ts.ee/saaremaa-sadamat-kulastab-selle-hooaja-esimene-kruiisilaev/>
- Tallinna Sadam. (s.a.). *Meie sadamad*. Loetud aadressil <https://www.ts.ee/meie-sadamad/>
- Whyte, L. J. (2017). Understanding the relationship between push and pull motivational factors in cruise tourism: A canonical correlation analysis. *International Journal of Tourism Research*, Vol 19 (5), pp 557–568. <https://doi.org/10.1002/jtr.2129>
- Wild, P., & Dearing, J. (2000). Development of and prospects for cruising in Europe. *Maritime Policy & Management*, Vol 27 (4), pp 315–333.
<https://doi.org/10.1080/030888300416522>
- World Tourism Organization. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. UNWTO, Madrid.
<https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- World Tourism Organization. (n.d.). *Glossary of tourism terms*. Retrieved from <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

LISAD

Lisa 1. Portfelli maatriks - kruisisiirkondade strateegia väljatöötamine



Allikas: Papathanassis & Bunda (2016)

Lisa 2. Tallinna Sadamale kuuluvad sadamad



Allikas: Tallinna Sadam. Meie sadamad 20.12.20

Lisa 3. Intervjuu küsimused Saaremaa turismiasjalistele

Küsimus	Küsimuse teoreetiline allikas
1. Mida arvate üldiselt Saaremaa kruiisiturismist?	Autori koostatud
2. Milline mõju on kruiisiturismil Saaremaa ettevõtlusele?	Charnykh, 2015
3. Kuidas suhtuvad Teie arvamusel kohalikud kruiisituristidesse?	Ciappa & Abbate, 2016
4. Millised on takistavad ja soodustavad faktorid kruiisituristide vastu võtmisel Saaremaal? Millest on hetkel puudus? (loodusressursid, tööjõud, kapital, ettevõtlus)	Brida & Zapata-Aquirre, 2017
5. Millised on enim külastatavad kohad/objektid Saaremaal?	Charnykh, 2015
6. Kuidas turundate ennast välisurule? Kas püüate kuidagi ka kruiisituristide tähelepanu?	Saaremaa Vallavolikogu, 2018 Whyte, 2017
7. Kas Teie arvates võiks Saaremaad külastada rohkem kruiisituriste? Kas olete selleks valmis?	Autori koostatud
8. Mis võiks olla Saaremaa puhul see faktor, mis muudaks sellest kruiisituristidele üheks " <i>must see</i> " asukohaks?	Papathanassis, 2017

Lisa 4. Intervjuu küsimused Eesti kruisiturul tegutsevatele asjalistele

Küsimus	Küsimuse teoreetiline allikas
1. Mida arvate üleüldiselt Saaremaa kruisiturismist?	Autori koostatud
2. Kuidas on kruisiturism mõjutanud üleüldist majandust Eestis?	Tallinna Sadam
3. Kuidas on mõjutanud ning kuidas mõjutab kruisiturism Saaremaa majandust? Kas toob pigem kasu või kahju?	Brida & Zapata-Aguirre, 2017
4. Kas on hetkel käimas arendustööd Saaremaa kruisisadamas? Kui jah, siis millised? Kui ei, siis kas on plaanis?	Autori koostatud
5. Kuidas ning kui palju turundate Saaremaad? Mis turule olete kõige rohkem suunatud? Miks just see turg?	Saaremaa Vallavolikogu, 2018 Whyte, 2017
6. Millised on takistavad ja soodustavad faktorid kruisituristide vastu võtmisel Saaremaal? Millest on hetkel puudus? (loodusressursid, tööjõud, kapital, ettevõtlus)	Brida & Zapata-Aguirre, 2017
7. Mis võiks olla Saaremaa puhul see faktor, mis muudaks sellest kruisituristidele üheks “ <i>must see</i> ” asukohaks?	Papathanassis, 2017
8. Uuringud on näidanud, et majanduslikud mõjud on konkreetsele sihtkohale vastavad ja et väiksematel territooriumitel oleks võimalus paremini teenida, kui nad keskendusid luksuslikele laevadele. Kas Saaremaa võiks olla üks nendest sihtkohtadest? Miks?	Brida & Zapata-Aguirre, 2017

SUMMARY

DEVELOPMENT OF CRUISE TOURISM DESTINATION IN THE EXAMPLE OF SAAREMAA

Liis-Beth Kink

Before the outbreak of the global COVID-19 pandemic, the most significant growth in recent years was in the cruise tourism sector. Worldwide, annual passenger numbers of ocean cruise ships had increased 6.63 percent year-on-year, from 1990 to 2020. To date, growth strategies are driven by increased volume of new construction and ship diversification, more local ports, more destinations and new ship/on-shore operations that meet consumer requirements (Cruise Market Watch, n.d.). Europe is, after North America, the largest cruise market in the world, where cruise tourism is the fastest-growing tourism sector. Between 2016 and 2018, the number of cruise passengers in Europe increased from 6.79 million to 7.17 million, of whom 6.96 million were European residents. (CBI, n.d.)

The following thesis focuses on the theoretical approaches to cruise tourism and the development opportunities of the cruise tourism destination on the example of Saaremaa. The development of the port of Saaremaa is included in the development plan of the rural municipality, however there are no studies dealing with different possibilities and the attitude of tourism professionals to the development of cruise tourism there (Saaremaa vallavolikogu, 2018). The primary purpose of this thesis is to give an overview of the development of cruise tourism in Saaremaa and then to make proposals to AS Tallinna Sadama and various tourism professionals on how to develop an attractive cruise tourism destination for visitors from Saaremaa.

Based on the theory, the author received confirmation that cruise tourism was clearly constantly growing. Over the years, the numbers of both, cruise tourists and cruise ships had increased. The growth rate had been most significant in recent years. The reason may

have been due to the increasing emphasis in the cruise industry on promoting safety and sustainability. Although there is no definite definition of cruise tourism, it can be defined as one of the passenger transport sectors in the world, which purpose is to accommodate guests and generally consists of a visit to different destinations and not a single route. As the customer's preferences and tastes are constantly changing, this has highlighted a number of trends and trends in the cruise tourism landscape, which should be taken into account when developing cruise tourism. It can be assumed that the more services on the ship, the bigger and the fancier cruise ship, the better. However, based on the literature review, it appears that tourists prefer smaller, more luxurious and more personal cruise ships.

A cruise tourist is different from a regular tourist because he does not need accommodation and spends very little time on shore. Cruise tourists are also less likely to return to their destination than mainland tourists. For both, regular and cruise tourists, it is important to study and analyze various factors influencing the choice of re-visiting and recommendation of the destination. It would later help to identify the bottlenecks of the destination and create the better service and experience for the tourist.

The development of cruise tourism takes place differently for each destination. According to how a destination change its tourism and infrastructure, much of it affects how attractive it is as a destination for cruise tourism. For smaller destinations, it is advisable to commit to smaller luxury ships that do not require special changes in infrastructure, but still generate revenue and promote cruise tourism in the region. In order cruise ships and tourists return to the destination, it is essential to develop the port area as well as businesses in its vicinity providing local housing for food, culture and the environment, and creating good and friendly feeling for passengers.

The aim of the study was to find out the obstacles and facilitators in accepting cruise tourists in Saaremaa and how different tourism professionals assess the impact of cruise tourism on the destination. Based on the aim of the study, the author raised questions: how do tourism enthusiasts feel about cruise tourism on the island and what activities are needed to develop this form of tourism? To this end, the author prepared two separate semi-structured interviews. The average length of the interviews was half an hour. The questions were compiled on the basis of theory, taking into account the context of

Saaremaa, the situation of the port there, marketing, missing and available resources. The interview was conducted with various Saaremaa cruise tourism developers and tourism professionals, two of them operate in the cruise market and three in the development of Saaremaa tourism. During the interview, the author recorded the data while taking the necessary notes and then transcribed the recordings. Based on the answers of the interviewees and based on the theory, the author made conclusions and suggestions and found answers to the research questions.

Analysing the results of the study, it became clear that most of the respondents are positive about Saaremaa cruise tourism and see the potential in the cruise market in Saaremaa as a cruise tourism destination. Saaremaa has many sights, culture, nature, quiet and peace, making it an attractive cruise tourism destination alongside other major city ports. Since one of the pull factors of the destination is escaping, there is a good opportunity to market Saaremaa as a “Peace & Quiet Destination”. However, the studies show that before Saaremaa can start to fulfil its potential, the area around the harbour and the services offered there (guides, buses, taxis, etc.) should be developed.

As the port of Saaremaa has the potential to accommodate medium and small cruise ships, one option would be to focus on expedition cruises. The second recommendation is to commit to smaller luxury ships that do not require major infrastructure changes, but still generate revenue and promote cruise tourism in the region. As research shows that luxury customers are more demanding than regular customers and expect the highest quality products and services for tours, it would be a good opportunity to use the port of Roomassaare, which is located 5 km from the city of Kuressaare and therefore is more accessible for services.

Saaremaa as a cruise tourism destination has many opportunities to compete with and stand out in the cruise market. As this is a specific destination, it is therefore important to know its target group and, accordingly, to stand out on the market. In order to develop the Saaremaa cruise tourism destination, attention should be paid to the development and improvement of both, the port area and shore services (guides, buses, local businesses) in order to create good and friendly impression of the destination inviting passengers to visit or recommend Saaremaa in the future.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Liis-Beth Kink

1. Annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Kruisiturismi sihtkoha arendamine Saaremaa näitel“, mille juhendaja on Marit Piirman, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Liis-Beth Kink
18.01.2021